"Super Mario", "Tetris", "Myst", "Tomb Raider"... Véritables mots de passe autour des cinq continents, ces jeux séduisent aujourd'hui des millions de passionnés. Artisans de prouesses techniques et esthétiques, les concepteurs de telles œuvres sont les alter ego des pionniers du cinéma en leur temps.

Pourtant, lorsque, au milieu des années 70, une poignée d'originaux crée les premières fonctions ludiques des ordinateurs, comment imaginer qu'ils sont en train d'inventer un langage universel, et qu'avec eux commence la folle et légendaire aventure de cette industrie?

Aujourd'hui, les créateurs sont considérés comme des artistes à part entière. Leurs jeux sont partout, sur tous les supports. Plus encore, la fusion des jeux vidéo et d'Internet préfigure la civilisation du spectacle de demain.

Journaliste et écrivain, Daniel Ichbiah est l'auteur d'une quinzaine de livres dont un best-seller, une biographie de Bill Gates publiée chez Pocket, "Bill Gates et la saga de Microsoft ".

ISBN 2-266-08763-0

9 782266 087636

CATÉGORIE 6

© Nintendo pour "Mario",
© Core Design / Eidos Interactive pour "Lara Croft", © Adeline Software pour "Little Big Adventure".

10562

La saga des jeux vidéo

Daniel Ichbiah

POCKET

Daniel Ichbiah

La saga des jeux vidéo

POCKET

La folle aventure des génies qui ont révolutionné le monde des loisirs

Ce livre vous est proposé par Tàri & Lenwë

A propos de nos e-books :

- ✓ Nos e-books sont imprimables en double-page A4, en conservant donc la mise en page du livre original. L'impression d'extraits est bien évidemment tout aussi possible.

- ✓ Nos e-books sont en mode texte, c'est-à-dire que vous pouvez lancer des recherches de mots à partir de l'outil intégré d'Acrobat Reader, ou même de logiciels spécifiques comme Copernic Desktop Search et Google Desktop Search par exemple. Après quelques réglages, vous pourrez même lancer des recherches dans tous les e-books simultanément !

- ✓ Nos e-books sont vierges de toutes limitations, ils sont donc reportables sur d'autres plateformes compatibles Adobe Acrobat sans aucune contrainte.

Comment trouver plus d'e-books ?

- ✓ Pour consulter nos dernières releases, il suffit de taper « tarilenwe » dans l'onglet de recherche de votre client eMule.

- ✓ Les mots clé «ebook», «ebook fr» et «ebook français» par exemple vous donneront de nombreux résultats.

- ✓ Vous pouvez aussi vous rendre sur les sites http://mozambook.free.fr/ (Gratuits) et http://www.ebookslib.com/ (Gratuits et payants)

Ayez la Mule attitude !

- ✓ Gardez en partage les livres rares un moment, pour que d'autres aient la même chance que vous et puissent trouver ce qu'ils cherchent !

- ✓ De la même façon, évitez au maximum de renommer les fichiers !
  Laisser le nom du releaser permet aux autres de retrouver le livre plus rapidement

- ✓ Pensez à mettre en partage les dossiers spécifiques ou vous rangez vos livres.

- ✓ Les écrivains sont comme vous et nous, ils vivent de leur travail. Si au hasard d'un téléchargement vous trouvez un livre qui vous a fait vivre quelque chose, récompensez son auteur ! Offrez le vous, ou offrez le tout court !

- ✓ Une question, brimade ou idée ? Il vous suffit de nous écrire à Tarilenwe@Yahoo.it . Nous ferons du mieux pour vous répondre rapidement !

En vous souhaitant une très bonne lecture,
Tàri & Lenwë

Cet ouvrage a été publié pour la première fois sous le titre :

LES BÂTISSEURS DE RÊVES

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant aux termes de l'article L. 122-5, 2* et *3"* a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple ou d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite (art. L. 122-4).
Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

© Éditions Générales First, 1997
ISBN : 2-266-08763-0

SOMMAIRE

Avant-propos : Les enfants de De Vinci 11

PREMIÈRE PARTIE
LE RAZ DE MARÉE

1. *Space Invaders*. L'invraisemblable itinéraire d'un artiste du jeu 25
2. *Pong*. Et le monde se mit à jouer au tennis 42
3. *Super Mario*. Un rival moustachu pour Mickey Mouse 66
4. *Tetris*. L'infernal casse-tête qui venait du froid 84

DEUXIÈME PARTIE
NAISSANCE D'UN ART

5. *L'Arche du Captain Blood*. L'appel des étoiles 103
6. *Sonic*. La contre-attaque de l'empire du hérisson bleu 125
7. *Sim City*. La ville, mode d'emploi 149

TROISIÈME PARTIE
L'ÈRE DE LA FASCINATION

8. *Alone in the Dark*. Bienvenue dans la troisième dimension 171
9. *The Seventh Guest*. Le choc esthétique .. 192
10. *Dune*. Traversée du désert 211
11. *Myst*. Le charme tenace de l'île mystérieuse 235

QUATRIÈME PARTIE
IMPROBABLE MATURITÉ

12. *Doom*. Tirez sur tout ce qui bouge ! 253
13. *Wing Commander*. La tentation d'Hollywood 270
14. Playstation. 3D mania 288

CINQUIÈME PARTIE
LES BIO-JEUX

15. Phil rêvait d'un deuxième monde 315
16. *Ultima On Line*. Le cyber carnaval 334

SIXIÈME PARTIE
LE xxi^{e} SIÈCLE SERA LUDIQUE

17. Facettes de l'éclosion d'un jeu 353
18. La face cachée de l'univers ludique 361
19. La chance française 370
20. Internet est l'avenir du jeu 386

ANNEXES

ANNEXE 1 Petit glossaire du jeu vidéo 393
ANNEXE 2 Le Who's who des bâtisseurs de rêves 396
Remerciements 409

AVANT-PROPOS

LES ENFANTS DE DE VINCI

Elle était assise là, cette sirène placide aux écailles humides, fardée maladroitement par les dépôts épars d'algues échancrées. Comment avait-elle atterri en plein désert, loin des oasis, là où les lézards se réfugiaient sous la rocaille pour échapper aux vapeurs torrides? D'une voix synthétique, elle m'avait enjoint de venir la contempler à l'abri de sa chevelure-parasol. Je n'aurais jamais dû cliquer sur la pierre brune. Une trappe s'est entrouverte. Avant même d'avoir pu agripper les pales du spacio-navigateur, j'ai vu défiler les étoiles souterraines de catacombes déliquescentes, au hasard des jets de projectiles criards et fumigènes.

Au cours de la chute transitoire vers un temps parallèle, une étrange réflexion m'a traversé l'esprit... Dans ma vie précédente, j'avais fermement mis en doute la théorie de la réincarnation. À présent, mon jugement s'était modéré et j'étais sûr d'une chose :

Si Léonard de Vinci, David Griffith ou Michel-Ange avaient repris forme, ils opéraient désormais dans une édition de jeu vidéo.

L'évidence était désarmante. Où pouvait-on chercher les bâtisseurs de rêves du siècle nouveau? Ils n'étaient pas dans l'architecture avec ses mayonnaises de béton moulé comme des galettes d'un mitron assoupi, dénuée de tout souvenir du Beau. Ils avaient déserté la peinture, avec ses mornes flaques de boue desséchée et ses couleurs éteintes. On les cherchait en vain dans la musique,

traversée de courants contraires mais pareillement vides, de l'académisme formel d'un jazz revisitant les standards du passé aux syncopes robotisées des malaxeurs de bruitages. De toute façon, les grands créateurs n'étaient jamais là où on les aurait attendus. Patience, nous finirions bien par retrouver leur trace. Inutile de demander avis aux instances établies. Les conservateurs avaient cela de touchant qu'ils prenaient toujours le train en marche dix ans, vingt ans, voire un siècle trop tard. Incapables d'une extase authentique, ils devaient attendre le verdict d'une école officielle pour s'autoriser à exprimer leur pâmoison. C'est sûr... Ils ricaneraient du haut de leur col à barrettes si on leur disait que les enfants de Kandinsky, d'Homère et de Méliès étaient en train d'investir une terre inconnue, le jeu interactif, qu'eux-mêmes assimileraient plutôt à un divertissement de second ordre, vulgaire et débilitant. Pourtant, s'ils avaient ôté leurs lunettes déformantes, ils auraient découvert que la puissance, la fougue et la flamme des peintres du futur étaient là, là où on ne les attendait pas.

Ma quête était toute tracée. J'allais partir à la rencontre de ces héros de l'ombre que l'on appelait les programmeurs de jeux. Peut-être, si je parvenais à amasser suffisamment de points de vue, pourrais-je les retrouver un à un et leur faire avouer le pourquoi du comment, le secret de cette orfèvrerie à nulle autre pareille.

En poussant une trappe, j'ai atterri dans une mégalopole extraterrestre et, avisant l'environnement chatoyant, j'ai compris que je n'étais pas loin du but. Une intuition m'incita à sortir de l'écran. J'atterris dans l'un de ces indescriptibles ateliers aux allures de hangar désordonné abritant des rebelles séditieux. La chose était sûre : ces factieux étaient en train de préparer une révolution, sur le plan artistique.

Mais comment avaient-ils fait cela? Combien de milliers d'heures avait-il fallu pour réaliser ces sublimes décors ? Jusqu'à quel niveau de raffinement les créatifs étaient-ils allés? Le mystère que constituait l'univers de la création des jeux était plus intense encore que les énigmes émaillant les scénarios de ces moutures numériques

de *Donjons et Dragons*. S'il fallait chercher une nouvelle Renaissance artistique, il était aisé de la situer là.

Comment une telle éclosion a-t-elle pu échapper à l'observation générale? Simplement parce que ces spectacles interactifs ne se prêtent pas à une même expérience de masse dans un même instant, à l'instar du cinéma, de la télévision ou d'un match sportif. Jusqu'à une époque très récente, l'exploration de ces univers est demeurée une aventure individuelle.

Myst, *Little Big Adventure* ou *The Seventh Guest* s'apparentent à des films dont une partie de la mise en scène aurait été laissée à charge du spectateur. Chacun bénéficie d'une visite absolument unique, teintée de doutes, hésitations et victoires propres à sa démarche personnelle. Par la force des choses, une telle représentation ne peut avoir lieu que chez soi, dans un cadre isolé des lieux de vastes rassemblements. La communauté des joueurs évolue ainsi de manière virtuelle, et ce n'est pas par hasard qu'elle a tendance à se retrouver de manière informelle sur les forums d'Internet, afin d'échanger quelques fragments de vécu, d'interrogations et révélations.

Mais l'avènement des jeux en réseau est en train de changer la donne en autorisant la participation collective de milliers d'individus dans un même labyrinthe, une même quête, un même jeu de rôles. D'un bout à l'autre de la planète, on joue avec un plaisir incommensurable à *Duke Nukem* ou à *Command & Conquer*, simultanément depuis Singapour, Marseille et Palo Alto — en évoluant sur un même terrain artificiel malgré les distances. Cette expérience d'un goût nouveau — elle n'a jamais eu de précédent sur cette planète — autorise toutes les hypothèses et préfigure indiscutablement le loisir du xxi[e] siècle.

Si ce nouvel art s'est développé de manière foisonnante, à l'instar d'une plantation de palétuviers, c'est parce que l'informatique est la matière la plus malléable qui soit. N'importe quel adolescent de 14 ans peut chercher à en faire reculer les limites. « L'image de syn-

thèse, ce sont des rêves que l'on sculpte », avance Philippe Ulrich, directeur artistique de Cryo, comme pour mieux exprimer combien cette discipline, plus que toute autre, autorise la libre matérialisation d'un imaginaire sans borne.

L'ordinateur et ses logiciels sont à même de se plier aux fantaisies et à I'onirisme des créateurs les plus débridés. C'est ainsi que l'on voit apparaître sur les écrans des créatures dantesques au corps de celluloïd, des fleurs mutantes aux courbes suggestives auxquelles ne manquent que les senteurs acidulées, des déserts écrasés sous un ciel mauve dans lesquels évoluent des formes de vie non répertoriées par *V Encyclopedia Universalis.* Dans certains jeux, l'exploration des lieux, qu'ils soient sauvages, urbains ou extraterrestres, semble ne connaître aucune frontière. Il n'est pas un sentier que l'on ne puisse emprunter, une porte que l'on ne puisse ouvrir, un bouton qui ne déclenche quelque étrange fonction d'une machine aux tentaculaires ramifications. Autant dire que les genres ouverts vers l'imaginaire (de la science-fiction au fantastique en passant par les contes et légendes) ont trouvé un support presque idéal. Arthur C. Clarke, auteur de *2001, Odyssée de l'espace,* ne s'y est pas trompé lorsqu'il a choisi d'apporter son concours à l'adaptation de son roman *Rama* sous forme de jeu informatique.

Du fait de l'instantanéité des actions et de leur prétention à simuler la réalité, les jeux ont bien souvent fait reculer les limites technologiques, les développeurs se plaisant à pousser les ordinateurs dans leurs derniers retranchements.

Il n'existe pas de secteur dans lequel le passage entre l'âge de la pierre et l'ère high tech ait été aussi rapide. La différence qui existe entre un *Pong,* qui affichait deux traits à l'écran en guise de raquette de tennis, et les graphismes richissimes, les séquences cinématographiques et l'intelligence sous-jacente à un jeu tel que *Tomb Raider* représente un facteur exponentiel que l'on peine à évaluer.

L'insertion dans cette équation de l'élément Internet ouvre des perspectives aussi vastes que celles qui s'offraient aux navigateurs médiévaux. Le plongeon dans l'inconnu est total, avec des clés, des méthodes, des langages et des paramètres qui restent à définir. Nul ne sait ce qui va advenir des jeux intégrés au sein de communautés virtuelles reliant des milliers d'intervenants du monde entier en un indescriptible melting-pot. Quelles seront les conséquences, au niveau de l'interaction des peuples, de leur désir de mieux comprendre l'autre? Il est bien trop tôt pour le dire.

Nous n'en sommes encore qu'aux prémices de ce nouvel art qui devrait évoluer de façon imprévisible avec l'arrivée de supports futuristes. Le remplacement attendu du téléviseur par de gigantesques écrans muraux avec une qualité de visualisation et de restitution sonore comparable aux meilleures salles de cinéma va permettre de loger les images dans des écrins à leur hauteur. La réalité virtuelle, dès lors que ses prestataires auront réussi à rendre l'équipement quasi invisible, va amplifier le phénomène en permettant au joueur de déambuler dans le jeu. Enfin, la matérialisation en trois dimensions d'objets éphémères devrait faire entrer les jeux dans une ère totalement fantastique. Tout en évoluant dans une pièce vide, le joueur pourra se donner l'impression d'escalader l'Annapurna à la poursuite des artisans d'un complot galactique fraîchement débarqués sur Terre. Tout est ouvert et le secteur du jeu interactif représente le premier laboratoire de cette forme mutante de relation sociale.

Si la face ludique de l'informatique est aussi dynamique, c'est parce qu'elle représente l'une des activités les plus rentables qui soient. Investisseurs, producteurs, éditeurs, constructeurs, créatifs, distributeurs et autres intermédiaires gagnent des sommes souvent colossales. Dès que l'on aborde la question des revenus, nous entrons dans un royaume où le titanesque est la référence, avec des montants astronomiques.

Quelle n'a pas été la surprise générale lorsque, à la fin de l'année 1992, Nintendo a annoncé que sur son revenu de 24 milliards de francs elle avait dégagé un bénéfice

avant impôts de 5 milliards de francs, un montant supérieur à celui de la totalité des studios cinématographiques d'Hollywood! Mais déjà au début des années quatre-vingt, un jeu d'Atari, *Asteroids,* avait rapporté à lui seul davantage que trois des plus grands succès cinématographiques de l'époque : *Batman, ET* et *Le Retour du Jedi.*

Le revenu global du secteur s'est élevé à 80 milliards de francs en 1996, dont 14 milliards sur le sol européen (source Datamonitor). Aux États-Unis, les performances économiques des acteurs du jeu interactif sont supérieures à la moyenne des cinq cents premières entreprises américaines (source IDSA). Cela se traduit par des embauches records et des investissements colossaux.

Malgré sa jeunesse, le secteur du jeu interactif a déjà vécu plusieurs vies, pareillement mouvementées, fascinantes ou turbulentes. Un an après le boom historique de 1982, l'industrie a connu une chute vertigineuse, entraînant dans sa chute faillites et dépôts de bilan en série. Les hommes du marketing avaient lancé la production d'un trop grand nombre de jeux médiocres, oubliant que, comme dans tout autre secteur, ce sont les programmes de qualité qui recueillent l'adhésion du public. Afin de se prémunir contre une telle situation, Nintendo a choisi de bâtir un système draconien et discriminatoire vis-à-vis des éditeurs indépendants, mais qui a le mérite de maintenir un contrôle absolu sur la qualité des logiciels. Cette attitude a pu paraître à juste titre abusive et impérialiste. Mais en évitant la publication de titres bâclés et susceptibles de lasser le public, Nintendo s'est assuré pendant plusieurs années un monopole quasi absolu sur les marchés japonais et américain. Mais aucune compagnie ne peut prétendre à un règne absolu, la clé du succès résidant bien souvent dans la folle inspiration de gamins qui, pour certains, viennent tout juste de quitter le lycée.

La situation des créatifs a fortement évolué et les éditeurs n'hésitent plus à mettre en avant ces nouvelles stars. Vers la fin des années soixante-dix, Atari avait pour règlement de refuser que les auteurs signent leurs jeux en indiquant leurs noms dans les crédits. L'un des concepteurs les plus talentueux, Warren Robinet, avait décidé de violer cette règle en indiquant son nom dans une pièce secrète d'un jeu baptisé *Adventure.* Il avait fait part à ses collègues de son angoisse, si ses supérieurs découvraient cette entorse au règlement. À Sait Lake City, un gamin de 12 ans avait fini par découvrir la chambre secrète dans laquelle était inscrite la mention « Créé par Warren Robinet ». Aussitôt, le bruit s'était répandu parmi les joueurs d'un bout à l'autre du continent. À sa grande surprise, Robinet n'avait jamais été convoqué par ses supérieurs ni réprimandé. Il n'en avait pas moins quitté Atari quelques mois après la découverte du pot aux roses, comme s'il n'avait pu surmonter un sentiment de culpabilité.

Pareille situation serait impensable aujourd'hui. Shigeru Miyamoto, le créateur de *Mario,* les frères Miller, auteurs de *Myst* ou Richard Garriott qui a engendré la saga des *Ultima,* sont traités avec révérence dans les magazines de jeux et vont jusqu'à faire l'objet de reportages approfondis dans des revues non spécialisées, lorsqu'ils n'apparaissent pas en couverture. L'industrie n'hésite plus à mettre en avant ses Spielberg, ses Lennon-MacCartney et ses Walt Disney.

Pleinement conscients du fait que de tels auteurs ou de telles équipes sont le nerf de la guerre, les grands éditeurs sont prêts à tout pour attirer à eux ces êtres hors du commun, quitte à signer un chèque de plusieurs millions de francs sur le coin de la table bancale d'un salon. L'histoire fourmille cependant d'anecdotes savoureuses sur certains des premiers génies de cette industrie.

L'ingénieur responsable en 1981 de *Pac Man,* l'un des jeux les plus populaires de tous les temps (22 millions d'exemplaires), n'a reçu pour seule gratification exceptionnelle de son employeur Masaya Nakamura, président de Namco, que la somme de 16 000 francs ! On comprend que l'infortuné concepteur ait quitté la compagnie sans regret.

Après avoir écrit la première simulation de flipper, l'ancien postier David Snyder s'est retrouvé fortuné et a

commencé par s'acheter une Ferrari. Las, il n'a pas plus tôt démarré le véhicule que celui-ci a échappé à son contrôle, l'amenant à pilonner le premier obstacle venu. Lorsqu'il est sorti d'hôpital six mois plus tard, sa femme avait demandé le divorce, et, suite aux manœuvres zélées d'un avocat retors, Snyder a vu l'essentiel de son pactole partir en fumée!...

Le destin a parfois pris une tournure plus rose. Juste avant de se rendre à un salon spécialisé dans les jeux, Gary Carlston, jeune dirigeant de la jeune édition Broderbund, a appris qu'il manquait un jeu pour occuper l'une des machines présentes sur le stand. Gary a alors ramassé sur son bureau la disquette d'un jeu qui venait d'arriver par la poste, *Karateka,* et l'a emmenée sur le salon. Quelques heures après avoir installé le logiciel, sa secrétaire a reçu un appel affolé : « Il faut immédiatement signer un contrat au gars qui nous a envoyé cette disquette. Il s'est formé une queue de deux cents mètres devant notre stand pour jouer à *Karateka!...* » Jordan Mechner, alors livreur de pizzas, est ainsi devenu millionnaire en quelques mois.

La légende veut également qu'un éditeur ait trouvé une formule bien audacieuse pour faire signer des auteurs lors de la folle euphorie de 1982. Il avait placé des call-girls sur son stand à titre d'appât et proposait un *deal* sans équivoque : « Tu veux la fille pour la soirée, tu signes ce contrat. »

Les temps ont bien changé. L'industrie est devenue plus mûre, plus organisée, et plus encadrée, au risque de devenir plus classique. « Les choses les plus amusantes dans l'univers du jeu se sont passées au début des années quatre-vingt. Dans les années quatre-vingt-dix, c'est devenu pour l'essentiel du business », confie le producteur Denis Friedman.

Il demeure que l'univers de la création a conservé une fraîcheur et une turbulence que l'on peine à décrire. Bandez les yeux d'un quidam, puis détachez le chiffon sans crier gare après l'avoir déposé dans un local où l'on programme simulateurs de combat ou aventures dans l'hyper-espace. Il saura immédiatement où il se trouve.

Un atelier dans lequel sont conçus des jeux est reconnaissable dès la première seconde par un certain nombre d'ingrédients. Les programmeurs ont des valises sous les yeux, une barbe de cinq jours et le regard perdu dans l'horizon d'un océan virtuel. Accessoire optionnel de la panoplie : un sac de couchage plié à la hâte, dans un coin de la pièce.

Il paraît impossible de freiner cet ardent désir de perfectionnisme qu'insuffle l'ordinateur à ses amants multiples, ceux qui affectionnent d'en remuer les entrailles, d'en triturer la moelle et malaxer la substance. Les mondes virtuels en 3D (trois dimensions) véhiculent un potentiel de fascination tel qu'il semble malaisé d'en percevoir les limites.

L'esprit du programmeur est ainsi fait qu'il semble toujours y avoir une issue à un problème de nature technique. Il faut souvent traverser maintes nuits blanches avant que ne surgisse l'étincelle salvatrice. Mais tôt ou tard, une trappe s'entrouvre dans le dédale mental et de façon inexplicable, les tubes superposés et entrecroisés s'emboîtent comme par miracle.

Écrire un jeu est un art d'une indescriptible complexité. Outre les qualités de graphisme, d'animation et d'interaction, son créateur doit avoir l'intuition de ce qui paraîtra extraordinaire aux yeux du joueur. De tels atouts sont extrêmement rares et expliquent que l'on ne trouve qu'un nombre limité d'artistes capables de concevoir des aventures interactives.

C'est la folle histoire de ces nouveaux maîtres qui est contée dans les pages qui suivent. Celle d'individus qui ont su créer un nouveau langage universel transcendant le temps et l'espace. Les enfants d'Homère et de Jules Verne, de Kandinsky et Dali, de Méliès et de Chaplin.

La première partie de ce récit, intitulée « Le raz-de-marée », conte les débuts du jeu interactif et relate comment, de manière presque immédiate, les adolescents et une partie des adultes ont manifesté un engouement sans précédent pour des machines de jeu. Elle conte l'histoire détaillée de *Pong,* le premier jeu vidéo, et l'explosion d'Atari, suivie du crash impitoyable de 1983, la nais-

sance du redoutable empire Nintendo suite au succès de *Super Mario* et l'incroyable histoire de *Tetris,* le jeu qui traverse frontières et océans, se vend à 40 millions d'exemplaires sans rapporter un sou à son auteur russe!

Dans la deuxième partie, «Naissance d'un art», le jeu interactif découvre les scénarios fouillés *(Captain Blood),* la simulation de situations complexes *(Sim City).* Du côté des consoles, Nintendo ayant quelque peu négligé l'Europe dans sa conquête du Japon et des États-Unis, Sega s'engouffre dans la brèche et marque d'énormes points.

La troisième partie, « L'ère de la fascination », se situe au début des années quatre-vingt-dix, avec la consécration de l'image de synthèse. La 3D envahit les écrans. Les paysages deviennent magnifiques, les images sont léchées, les mouvements de caméra découvrent la grâce... *Alone in the Dark, The Seventh Guest, Dune* et *Myst* font entrer le jeu dans une nouvelle dimension.

La quatrième partie, « Improbable maturité », s'interroge sur les mutations du jeu vidéo, avec d'une part les films interactifs *(Wing Commander)* aux budgets colossaux et d'autre part des titres en apparence plus simplistes, tels que *Doom,* mais qui préservent un plaisir de jouer plus immédiat. En parallèle, les consoles succombent à l'attrait des images de synthèse, et le marché est bouleversé par l'intrusion de Sony.

La cinquième partie, « Les bio-jeux », traitent de la mutation des jeux par le biais d'Internet, au travers de deux expériences : *Le Deuxième Monde* et *Ultima On Une.* Aux quatre coins du monde, des individus qui ne se connaissent ni d'Eve ni d'Adam se mettent à jouer ensemble pendant plusieurs heures... Une telle opportunité n'a jamais existé auparavant.

La sixième partie, « Le xxi^{e} siècle sera ludique », aborde les aspects de la création et de la violence dans les jeux et insiste sur les opportunités qui existent au niveau français. Le jeu vidéo est le seul secteur des œuvres de l'esprit dans lequel la France exporte plus de la moitié de sa production !

En écrivant cette saga, j'ai adopté plusieurs partis pris. En premier lieu, j'ai exclu le vocabulaire technique qui aurait rebuté toute une partie du public, peu au fait des termes de cet univers. En deuxième lieu, j'ai opté pour la simplicité lorsque la précision excessive risquait d'obscurcir la compréhension. Troisièmement, j'ai opéré une sélection des événements, afin de ne pas encombrer l'esprit du lecteur de centaines de noms différents. Enfin, j'ai choisi de suivre la trace d'un acteur particulier de ce monde, Philippe Ulrich, cofondateur de Cryo. Son itinéraire sert de fil conducteur et amène à prendre la mesure de l'évolution intervenue, de *Pong* jusqu'aux communautés virtuelles sur Internet. Nous retrouvons Ulrich d'un bout à l'autre du récit, mais aussi, par la force des choses, bien d'autres personnages qui se croisent et s'entrecroisent en un singulier ballet : Martin Alper de Virgin Games, Bruno Bonnell d'Infogrames, Frank Herman qui a lancé Sega en Europe, etc.

Si le phénomène du jeu vidéo a d'abord rencontré l'adhésion immédiate et spontanée de millions d'adolescents, il est voué à remonter les tranches d'âges, telle une onde sismique, happant toutes les générations dans une fabuleuse fiesta cosmopolite. Au bout de l'aventure, se trouve le fun, fun, fun... des mégawatts de fun !

PREMIÈRE PARTIE

LE RAZ DE MARÉE

CHAPITRE 1

SPACE INVADERS L'INVRAISEMBLABLE ITINÉRAIRE D'UN ARTISTE DU JEU

Il y a du ciel dans les diabolos, des reflets bleus dans les *Ray Ban* et de l'insouciance dans les taches de rousseur des Hollandaises attablées aux terrasses. Paris crépite sous les rayons de l'astre qui aime à pigmenter les peaux. La mousse dégouline du col des bocks, sur l'avenue des promotions, du faste et des décorations. Aux fenêtres comme sur les bordures, joufflus et maigrelettes s'entassent, se pressent et s'époumonent. Certains quidams, animés d'un frêle espoir, scandent « vas-y Bernard! vas-y Hinault! » tandis que d'autres, plus sûrs de leur fait, hissent les couleurs du maillot jaune Joop Zoetemelk. Hardi champion ! En ce 21 juillet, les coureurs font fi des gerçures, des picotements et brûlures. La fièvre ardente gagne les supporters amassés sur le parcours et les piaillements humains couvrent les klaxons rageurs.

Seul dans la foule, dérive un homme-bouée filiforme, cousin du gekko lunaire, marquis décadent et plastronné. Il y a du d'Artagnan et de l'améthyste rare dans cette absence maladive, étoile abandonnée sur le parvis d'un sombre été. Tristesse ou désillusion, dans sa démarche, émane de l'« à quoi bon?... » À quoi bon lutter encore lorsque l'on a frôlé la Voie Lactée, flirté avec le firmament, pour mieux retomber dans l'anonymat transparent, celui de Chateaubriand, *d'Eleanor Rigby,* des autistes et des monastiques.

Pareille à un malin sismographe, l'histoire de ce répli-

dental le désarçonne mais n'est pas sans lui plaire. Il s'étonne d'abord de milliers de petites choses, telles que, vu de l'extérieur, il est impossible de reconnaître un supermarché d'une quincaillerie. Mais la liberté, le respect de soi et la qualité de vie qu'il semble percevoir chez les Occidentaux le séduisent. En rentrant en Russie, il ne cesse de parler de ce singulier voyage à son ami Vladimir Pokhilko. Depuis 1987, ce dernier s'est mis à son tour à programmer des jeux, parfois même en collaboration avec Pajitnov. «Il n'existe pas de marché en Russie pour nos programmes », déplore souvent Alexei. Sur sa demande, Henk Rogers effectue les démarches nécessaires à l'obtention de visas de travail en bonne et due forme.

En choisissant de récupérer les droits de *Tetris,* Nintendo a pris le risque de devoir affronter une bataille légale interminable. Mais dans l'ensemble, le géant japonais s'en tire honorablement, car *Tetris* fait exploser les ventes de la Game Boy. Presque immédiatement, il apparaît que le jeu et la console de poche sont faits l'un pour l'autre. Pour des millions d'adolescents, la *perestroïka* prend la forme de ce casse-tête électronique obsédant, dont les moutures se multiplient sur cet appareil de poche, enfant du pousse-pousse revisité par l'électronique.

La Game Boy est lancée en France fin 1990 à la Grande Arche de la Défense. Invité par Nintendo, Pajitnov vient présenter *Tetris.* Le doux programmeur est enchanté de visiter son pays préféré d'Europe. Au cours des cinq jours qu'il passe à Paris, il est étonné de voir qu'il connaît la ville grâce à ses lectures assidues de Balzac.

Lors des fêtes de Noël, une centaine de milliers de Game Boy trouvent acquéreur. La console de poche devient un phénomène de masse avec des ventes trois fois supérieures aux prévisions lors de la première année — 1, 4 million. Au niveau mondial, Nintendo va vendre 25 millions d'exemplaires de *Tetris* sur Game Boy.

Dès le début de l'année 1991, Pajitnov et Pokhilko émigrent aux États-Unis. Alexei s'installe à Seattle, la ville américaine la plus proche du Japon. Le programmeur s'accoutume à la vie occidentale, tant et si bien qu'il se met à porter des vêtements bariolés, tels que ne les rejetteraient pas le coquet Elton John. De manière générale, il trouve que la plupart des problèmes sont aisés à résoudre aux États-Unis si l'on fait preuve de gentillesse et de sens commun. BulletProof Software assure la vente de ses logiciels à des éditeurs tels que Spectrum Holobyte qui publie *Faces, Ice and Fire, Clockwerx* et *Knight Move* ou Maxis, le créateur de Sim City, qui édite *El-Fish.* Pajitnov publie huit titres et gagne ainsi des sommes conséquentes tout en s'adonnant à son hobby préféré.

En 1996, *Tetris* est devenu depuis belle lurette le jeu vidéo le plus répandu sur la planète. Des versions existent sur consoles familiales, sur micro-ordinateurs, sur organiseurs électroniques, consoles de poche, calculatrices scientifiques, machines de traitement de texte... Parmi les éditeurs qui ont acquis la licerice figurent Atari, Hewlett-Packard, Microsoft, Nintendo, Philips, Sega, Sharp, Spectrum Holobyte... Les ventes globales de ce logiciel impitoyable pour les emplois du temps et aux multiples effets secondaires (accoutumance, dépendance, obsession...) s'élèvent à 40 millions d'exemplaires.

Le gouvernement russe, qui a empoché dix années durant les invraisemblables montants amassés par *Tetris,* n'a pas même daigné accorder une malheureuse prime à son créateur. Pajitnov s'est résolu une fois pour toutes à prendre la chose avec philosophie. « L'accord passé avec l'Académie des Sciences était ce qu'il était. Une fois que je l'ai signé, je n'ai jamais cherché à en changer les termes. Je ne blâme personne. »

Pourtant, cette situation a heureusement pris fin. L'accord signé par Pajitnov en 1986 indiquait qu'il cédait les droits de *Tetris* à l'Académie des Sciences pendant dix ans. En avril 1996, le délai a officiellement expiré. Pajitnov a alors chargé Henk Rogers de récupérer les droits de son jeu. Fondée en juin, la Tetris

Company peut désormais reverser à l'auteur quelques savoureuses royalties! La nouvelle compagnie détient notamment les droits de *Tetris* pour les consoles Sega, Sony et aussi Nintendo — l'accord d'exclusivité passé avec Elorg ayant expiré. C'est la Tetris Company qui a désormais pour vocation de gérer les droits de licence sur les versions actuelles et à venir de *Tetris.* Toutefois, la tâche n'est pas aisée étant donné les centaines de clones en libre diffusion sur Internet : écrire une version de *Tetris* est un passage obligé pour de très nombreux aspirants à la programmation.

Mais l'aventure ne fait que commencer pour cette pâte d'amande humaine qui a été embauchée en septembre 1996 par Microsoft pour développer des versions multi-utilisateur de *Tetris* pour Internet. « Vous vous connecterez, et jouerez une partie, explique Rogers. L'ordinateur évaluera vos capacités, puis vous trouvera un opposant d'un rang similaire, n'importe où dans le monde. Une fois que vous aurez battu beaucoup de gens de votre classement, vous pourrez monter à un niveau supérieur, avec de nouveaux opposants. »

Le grand nounours russe qui a écrit *Tetris* n'éprouve aucune amertume et se considère même heureux d'avoir pu « envoyer ce signe de bonne volonté envers le monde occidental ». N'insistons pas... Il se refuse au moindre commentaire nuageux et se contente d'un message noble: «Je suis heureux d'avoir procuré tant de moments de bonheur à un si grand nombre de gens. »

DEUXIÈME PARTIE

NAISSANCE D'UN ART

CHAPITRE 5

L'ARCHE DU CAPTAIN BLOOD
L'APPEL DES ÉTOILES

— Mais qui sont ces cow-boys? s'exclame Ulrich.

En ce vendredi matin, Emmanuel Viau et Philippe Ulrich ont vu débarquer en trombe dans le local d'Ère Informatique un personnage aux allures de rugbyman. Le grand escogriffe s'appelle Bruno Bonnell et porte une veste d'un bleu vif sur un jean. Il est venu, accompagné d'un collègue, Christophe Sapet, acheter des caisses entières d'un jeu publié par Ère Informatique, *Mission Delta.*

— Vos produits sont les meilleurs, dit Bonnell avec un sourire enjôleur. Nous en voulons des centaines, pour les vendre demain à la Foire de Lyon !

Sûr de lui, le « monsieur cent mille volts » du logiciel paye cash. Rien ne semble pouvoir se mettre en travers du chemin de ce Terminator au crâne imberbe. Les fondateurs d'Ère Informatique ont à peine le temps de retenir leur souffle. Son butin rassemblé et rétribué rubis sur l'ongle, le commando lyonnais est reparti aussi sec. Déjà, ils foncent vers la gare pour reprendre le TGV.

Ulrich et Viau verront désormais revenir régulièrement pour de pareils achats en masse le Lucky Luke lyonnais, accompagné du Schtroumpf qui lui sert d'acolyte. Mais d'où sortent ces cow-boys?

Né en Algérie en 1958, Bonnell était âgé de 8 ans lorsque sa famille d'origine irlandaise s'est installée à Lyon. Écolier surdoué, il avait obtenu son bac à 16 ans

et entamé des études de mathématiques supérieures avant d'atterrir dans une école de chimie. Peu concerné par le destin des molécules, l'hidalgo fêtard avait passé le plus clair de son temps à faire du théâtre. Après l'armée, nanti d'une maîtrise de macro-économie, il avait été embauché dans une entreprise de traitement de surface des plastiques où, pendant six mois interminables, il s'était ennuyé à mourir.

En 1982, en prévision du lancement de son premier ordinateur, le TO7, Thomson avait lancé un appel à candidature pour des commerciaux. Du pugilat qui avait opposé cinq cents postulants, seuls trois survivants avaient émergé. Le Bonnell survitaminé était naturellement du lot. Un autre rescapé de la même loterie, Willy Marrecau, s'était lié d'amitié avec cet incroyable personnage en veste rouge, pantalon noir et chemise jaune, capable d'émettre « une idée à la seconde ». Bonnell surprenait les cadres de Thomson par son absence totale de formalisme. Aussi à l'aise avec le balayeur du quartier qu'avec le Premier ministre, il n'hésitait jamais à foncer dans le bureau du président de Thomson lorsqu'il désirait lui parler.

Alors qu'il prospectait dans l'ouest de la France, Bonnell avait reçu l'appel d'un ancien compagnon de virées de la période math sup. Christophe Sapet, qui officiait chez le concurrent Texas Instruments, était sur un coup :

— Bruno, un éditeur m'a approché afin que j'écrive un livre sur la micro-informatique. Et si nous le faisions à quatre mains ?

Le livre, *Pratique de l'ordinateur familial*, avait rapporté 63 000 francs et donné des ailes à ses auteurs. Ils avaient alors décidé d'investir ce pactole dans la création d'une édition de logiciels. Dans leur insouciance, les deux associés voulaient appeler l'entreprise Zboub Système, mais leur conseiller juridique était parvenu à les en dissuader. Sapet avait alors écrit un logiciel générant des noms au hasard et celui-ci avait pondu : Infogrames. Les relations avec les banques avaient mal démarré, seize d'entre elles ayant refusé le projet. Mais au final, la Banque populaire de Lyon avait donné son

feu vert et Infogrames avait été créée en juin 1983, le jour de la naissance de la première fille de Bonnell.

Le duo infernal avait d'abord opéré dans une ancienne chemiserie de Lyon qu'ils avaient tapissée et repeinte. La FNAC avait été la première à commander deux cents exemplaires de leur premier jeu, *Autoroute*. D'autres s'étaient joints à l'aventure, tel Éric Motet, un chevelu qui avait un jour passé la porte pour ne plus repartir. Benoît de Maulmin, le premier commercial embauché, s'était vu proposer une rémunération au résultat — 10 francs par cassette vendue. Thomas Schmider, rencontré dans le TGV à l'occasion d'une éliminatoire de rugby, avait pris en main les finances.

Grâce à des jeux tels que *Alpha 7*, *Dédale* et *L'Intrus*, Infogrames a réalisé un million de francs de chiffre d'affaires dès sa première année, et obtenu le prix de la création d'entreprise décerné par la Banque populaire. Elle s'est installée alors à Villeurbanne et a adopté pour logo un tatou. « Ce dinosaure est notre symbole, déclare alors Bonnell. Le tatou a toujours survécu aux changements de son environnement, de la fonte des glaces aux pires des canicules. Nous voulons pareillement être là dans des millions d'années. »

En cette année 1984, il ne s'écoule pas un mois sans qu'apparaisse un nouveau modèle d'ordinateur personnel. Stakhanoviste, Ulrich, qui s'est installé dans un sous-sol humide d'Ère Informatique, adapte *Panic* sur toutes les machines de l'époque, Laser, Jupiter Ace, Memotech 512, Alice de Matra, MSX-1 de Sony, Commodore 64, Oric Atmos, Lynx, Spectravision...

Mais devant l'afflux de nouvelles machines, la tâche se révèle trop importante pour un seul homme, d'autant qu'Ulrich doit également veiller à la conception de l'emballage des logiciels. Il s'avise de calquer son métier sur celui de la production musicale, et, à l'instar de Philippe Constantin, qui l'avait reçu dans son édition alors qu'il était chanteur, de jouer le rôle de directeur artistique. Il invite alors les auteurs de logiciels à le rencontrer.

L'un des premiers créatifs qui pénètre dans les locaux

sis près de la gare Saint-Lazare est Marc-André Rampon. Cet homme au front dégarni et dont les manières laissent transparaître une stricte éducation bourgeoise a développé un fabuleux simulateur de vol, *Mission Delta*, pour mieux lutter contre l'insomnie. Entre Ulrich et le nouveau venu, le « flash » est total, d'autant que Rampon est également un pianiste hors pair. Le soir, les deux programmeurs se lancent dans des bœufs inénarrables, assistés d'un autre informaticien-musicien, Laurent Weill, qui dirige une édition concurrente, *Loriciels*. Rampon, qui fume le cigare en permanence, surprend Ulrich par son étrange régime alimentaire : il se nourrit presque exclusivement de cachous et de verres de lait.

Mission Delta devient le premier hit d'Ère Informatique. Rampon touche de plantureuses royalties et utilise ce trésor de guerre pour acquérir des parts dans l'édition de logiciels fondée par Viau. Il prend alors la charge de la distribution des produits.

Fin 1984, grâce au succès de *Mission Delta*, Ère Informatique jouit d'une aura conséquente auprès de la galaxie des joueurs. Ulrich définit de plus en plus son rôle comme celui d'un catalyseur, à même de stimuler la folie inhérente au groupe d'artistes hors norme qui gravitent autour de la matrice que constitue Ère. Des dizaines d'auteurs passent dans son bureau, montés de la province pour présenter leurs œuvres. Ils sont reçus par un homme habillé de noir, avec une chemise claire à haut col et des bottes pointues de l'armée. En triant le bon grain de l'ivraie, Ulrich et ses compères dénichent quelques « demi-dieux de la programmation » : Johan Robson, Michel Rho, Stéphane Picq...

Le principe de sous-traitance adopté est doublement rentable. Comme la trésorerie de l'édition ne permet pas de distribuer des avances conséquentes aux auteurs, lorsqu'un produit est terminé, il n'a presque rien coûté à Ère. En compensation, les auteurs reçoivent des droits substantiels sur la vente de leurs œuvres, qui peuvent se transformer en une véritable rente si le produit marche, comme dans le cas de *Mission Delta*. La motivation de

réaliser un bon produit, au-delà du simple attrait artistique, est très forte chez les auteurs.

Un baba-cool nonchalant vient un jour frapper à la porte d'Ère Informatique. Contrôleur de gestion chez Valéo à Caen, Rémi Herbulot a découvert la programmation au hasard d'un défi. Lassé de le voir perpétuellement réclamer de nouveaux logiciels, le directeur informatique avait lâché une boutade :

— Vous avez un terminal avec un BASIC dans votre bureau ! Si vous voulez des logiciels, pourquoi ne pas les écrire vous-même?

Contre toute attente, Herbulot l'a pris au mot. Au bout de quelques semaines, ayant contracté le virus de la programmation, il s'est acheté son premier ordinateur, un Rainbow de Digital, et s'est lancé dans l'écriture de jeux en tout genre : casse-briques, puzzles, damier... La chose lui a tant plu qu'il a décidé de se consacrer exclusivement à cette nouvelle marotte. Valéo va y perdre un contrôleur de gestion appliqué, mais le monde des jeux vidéo va gagner un créateur supérieurement talentueux.

Herbulot s'est acheté un deuxième ordinateur, un Oric, en a étudié l'assembleur — un langage de programmation complexe — puis entrepris la création d'un jeu ambitieux : *Multiflip*. Il ne lui a fallu qu'un mois et demi pour réaliser cette simulation de flipper. Il est alors venu de Caen à Paris pour présenter son œuvre à diverses éditions, Loriciels, Micro Programmes 5, Innelec... Ce n'est qu'en entrant chez Ère Informatique que le courant est passé.

Viau, Rampon et Ulrich sont stupéfaits du travail réalisé par Herbulot. Non content de recréer l'ambiance d'un flipper, le Breton a réalisé un logiciel qui permet au joueur de concevoir son propre billard électronique sur ordinateur. Herbulot reçoit une avance sur recette de 5 000 francs pour *Multiflip* qui est rebaptisé *Macadam Bumper* et devient au passage un auteur indépendant, travaillant à domicile pour le compte d'Ère Informatique qui lui reverse régulièrement des droits d'auteur.

Les revenus d'Herbulot sont rapidement appréciables, car *Macadam Bumper* devient le premier hit internatio-

nal de l'édition parisienne. En France comme en Angleterre, la simulation de flipper monopolise la première position des ventes pendant plusieurs mois. *Macadam Bumper* va jusqu'à atteindre la position numéro cinq des ventes aux États-Unis où il sort au début de 1985 sous le nom de *Pinball Wizard,* sous la distribution d'Accolade, et se vend à 35 000 exemplaires.

La réputation de l'équipe s'étend jusqu'au Japon, pays dans lequel le jeu d'Herbulot est couronné d'un prix d'excellence par Sony. Il approche bientôt les 100 000 exemplaires, à une époque où l'on qualifie de succès considérable un titre qui parvient jusqu'à 30 000 unités. Ulrich et Viau, qui travaillent nuit et jour, n'ont pas le temps de savourer cette victoire, tant ils sont affairés à réaliser et dupliquer les cassettes de leurs jeux.

Rémi Herbulot, dont l'inspiration ne faillit point, commet un deuxième chef-d'œuvre, *Crafton & Xunk.* À nouveau, ce jeu se retrouve en première place des ventes en France, au Royaume-Uni et en Grèce.

Lors d'un salon, Ulrich rencontre un singulier personnage aux allures de savant perdu dans ses réflexions. Didier Bouchon porte des lunettes rafistolées et s'exprime de manière lente, comme s'il peinait à mettre sous forme de mots ses délires intellectuels. En ce mois de février, sa présence au salon Micro Expo est justifiée par le fait qu'il a détourné un joystick de manière à lui donner le rôle de table traçante. Ulrich est avant tout impressionné par la qualité des dessins qu'il voit apparaître sur l'imprimante reliée à l'Amstrad CPC.

Ulrich, qui n'a de cesse de repérer de nouveaux talents, est intrigué par la personnalité de ce technicien maigrelet qui vient tout juste de découvrir la programmation des ordinateurs. La discussion révèle un individu curieux, à l'univers déjanté. S'il possède un DEUG de biologie, Bouchon a également étudié la décoration intérieure, les effets spéciaux, le cinéma, la peinture...

Ère Informatique vient de créer une sous-marque de produits bon marché, *Gazoline Software* — dont le slogan est « les logiciels qui carburent » — et Ulrich demande à Bouchon d'en concevoir des jaquettes. Il lui

confie ensuite un exemplaire d'un ordinateur qui vient d'apparaître, l'Atari ST. Bien qu'il ne dispose pas de documentation, le graphiste apprend le langage « assembleur » de cette machine et se met à réaliser des graphismes hallucinants en manipulant des mathématiques complexes, dites « équations fractales ». Ulrich réalise qu'il a trouvé son *alter ego,* l'un concrétisant sur le plan visuel les fantasmes de l'autre. L'idée de réaliser un jeu qui présenterait de tels paysages fait alors son chemin.

Tout comme Ulrich quelques années plus tôt, Bouchon ne gagne pas suffisamment pour se nourrir et vit dans un petit studio mal rangé de trente mètres carrés dont il est propriétaire. Dans ce capharnaüm sont empilés des objets électroniques, des câbles et des têtes de monstres qu'il construit à base de latex et plastiques. Presque tous les soirs, Ulrich invite Bouchon à dîner et les deux marginaux développent un lien proche de la fraternité. Si le premier adore la musique, l'image et tout ce qui touche à la communication, le second adore la peinture, l'astronomie et le ski. Mais tous deux partagent une même accoutumance pour la science-fiction et le fantastique, que ce soit en littérature (Philippe K. Dick, Roger Zelazny, Frederik Pohl, Isaac Asimov, Douglas Adams...), en peinture et en illustration (Giger, Moebius, Di Maccio, Frazetta, Fred), ou au cinéma *(2001, Odyssée de l'espace, Alien, Blade Runner, BrazH)...*

Ils caressent alors la perspective d'engranger de telles influences au sein d'un grand jeu qui se déroulerait dans l'espace. À l'instar d'une centrale qui aurait patiemment emmagasiné des torrents d'électrons latents, l'imagerie des deux thaumaturges fuse et tonne. L'idée du *Captain Blood* voit progressivement le jour. Elle puise une partie de son imaginaire dans la vie de ses auteurs...

Au début des années quatre-vingt, le héros, Bob Morlock, programmeur de jeux sans le sou, passe son temps sur les trottoirs, à la recherche d'une inspiration. Il heurte par mégarde un vieillard et reconnaît... le fameux biologiste Jean Rostand, fils du dramaturge Edmond. Au détour d'un verre, Morlock tente de percer le mystère de la situation : tous les dictionnaires l'affirment, Rostand a

disparu en 1977 ! Le biologiste lui lance alors un cri terrifié : « Ils sont là ! Les Pac Man existent réellement. Ils existent, vous comprenez?... »

De retour dans sa chambre de bonne, Morlock réalise la portée de ce message. Sous un aspect anodin et ludique, les envahisseurs ont envahi la planète Terre. Leur insidieux stratagème a consisté à s'introduire parmi nous en manipulant à leur insu les programmeurs de jeux! Alors qu'ils pensent distraire leur public, ils ne sont que des marionnettes manipulées à distance, dans le cadre d'un grand plan galactique!

Pour lutter contre ces intrus d'une dantesque sournoiserie, Morlock crée un double électronique de lui-même qui s'en ira bourlinguer les univers parallèles à la poursuite des envahisseurs. Ainsi naît le capitaine Blood, son vaisseau (l'Arche), l'ordinateur Honk et l'Upcom, une méthode de communication à base d'icônes à l'usage de toutes les formes de vie pensantes.

Mais au moment de lancer son programme, Blood voit son enveloppe corporelle se volatiliser aux quatre coins de l'espace. Peu de temps après, une horde d'envahisseurs manque de le pulvériser et il ne doit son salut qu'à une fuite dans l'hyper-espace. L'ordinateur ayant souffert de cette agression, Blood se retrouve cloné en une trentaine de copies conformes, disséminées dans l'univers. L'opération ayant entraîné une déperdition de son fluide vital, il ne vit désormais que dans un état de léthargie, en dépit des soudures, réparations et implants effectués par Honk.

Le jeu que conçoivent Ulrich et Bouchon démarre huit cents ans plus tard, à une époque où Blood a retrouvé et anéanti une vingtaine de clones, regagnant une réserve de vie équivalent à une dizaine d'années environ. Son identité se manifeste sous la forme d'un amalgame de greffons électroniques, prothèses métalliques, protubérances organiques, duquel émergent un œil vaillant et un bras exsangue qui tapote avec fébrilité sur le panneau de contrôle de l'astronef. Il reste à éliminer cinq avatars d'une redoutable fourberie. Ils sont là, quelque part dans cette purée d'étoiles. Au joueur de les retrouver et de les faire disparaître avant qu'il ne soit trop tard et qu'il n'aille rejoindre les météorites éperdues qui dérivent dans l'espace infini.

La gigantesque aventure va favoriser la rencontre avec des personnages dignes de ceux qui peuplent les bars de *Star Wars,* car en chemin le joueur va croiser les représentants de races multiformes et atypiques.

Malgré les best-sellers *Mission Delta, Macadam Bumper* et *Crafton & Xunk,* et quand bien même la créativité est au zénith autour de la nébuleuse Ère Informatique, la situation financière est catastrophique. Piètres gestionnaires, Viau et Rampon maîtrisent imparfaitement les arcanes de la distribution. France Image Logiciels qui diffuse leurs logiciels ne reverse pas son dû en temps et en heure, et les retards de paiement pèsent lourd sur la trésorerie de l'édition. Marc-André Rampon est devenu directeur commercial en juin 1985 et un an plus tard, Philippe Ulrich et Emmanuel Viau se mordent les doigts d'une telle nomination.

Dans sa recherche de solutions, Viau va jusqu'à envisager de vendre la société à une structure plus solide. Un soir où Bruno Bonnell téléphone pour prendre des nouvelles, Viau s'avise de lui en parler. Le Lyonnais est alors intenable : « Ne bougez plus ! J'appelle immédiatement ma banque! »

À l'occasion du plan « Informatique pour tous » lancé par le gouvernement Fabius, Infogrames a créé un produit, le *Cube Basic,* comportant quatre cassettes et un livret de découverte de l'ordinateur *TO7* de Thomson. Choisie par le ministère, la société lyonnaise a écoulé plus de 90 000 *Cube Basic.* Avec un chiffre d'affaires de 21 millions de francs sur l'année 1986 dont deux millions et demi de bénéfices, Infogrames explose au sens comme au figuré. « C'est alors que nous avons commencé à faire toutes les c... de la terre », reconnaîtra ultérieurement Bonnell. Parmi les errements figure le développement d'une gamme professionnelle, incluant logiciels de traitement de texte et de comptabilité. Des titres qui mordront la poussière à peine nés.

À la fin de l'année 1986, Bonnell, qui a gagné la confiance de la société d'investissement Avenir Industrie, rachète une première édition de logiciels, *Cobra Soft,* spécialisée dans les jeux de stratégie militaire. Quelques semaines plus tard, Viau et Rampon cèdent suffisamment de parts à Infogrames pour que celle-ci dispose d'une minorité de blocage. L'un des jeux qui a persuadé Bonnell à entrer dans l'affaire est le fameux *Captain Blood* que prépare Didier Bouchon et pour lequel il entrevoit déjà une diffusion internationale.

Mais au sein d'Ère, les relations avec Marc-André Rampon se détériorent. Les démarches entreprises par le directeur commercial pour imposer Ère Informatique aux États-Unis ponctionnent les fonds de l'édition d'une façon incohérente. Le ton monte le jour où Viau découvre un article de *SVM* dans lequel Rampon déclare en substance que son patron n'est qu'un « sombre imbécile ». Ulrich craque et demande le départ de Rampon. « C'est lui ou moi », déclare-t-il à Viau. Rampon tire alors sa révérence sans demander son reste. Lorsque Philippe Ulrich rentre à son domicile, il tremble de tout son corps et frôle l'accident automobile.

La réplique de Rampon est terrible. L'auteur de *Mission Delta* poursuit secrètement ses tractations avec Infogrames et propose de vendre les parts qui lui restent d'Ère Informatique. Trop heureux d'absorber une nouvelle société, Bonnell débourse les 700 000 francs demandés, asséchant au passage la trésorerie de sa société. Quelques jours plus tard, il apprend que Avenir Industrie n'entend plus placer de sous dans Infogrames ! De sombres moments se trament pour l'édition de Villeurbanne qui dans l'euphorie consécutive à l'opération *Cube Basic* a vécu au-dessus de ses moyens.

Dès le mois de juin 1987, Ulrich est mis devant le fait accompli : Ère Informatique, la société qu'il a patiemment développée, est devenue une simple filiale d'Infogrames. Décomposé, Ulrich tente de se faire une raison et se surprend à expliquer à Bouchon qu'il en est mieux ainsi, qu'Ère Informatique va bénéficier d'une meilleure trésorerie... Mais le graphiste lucide n'en croit pas un mot.

Désormais, Ulrich et Viau doivent se rendre à Lyon toutes les semaines afin de discuter des projets de développements. La différence d'approche entre les deux compagnies est totale. Si Ère Informatique s'apparente à la réplique d'un Woodstock informatique, Infogrames opère selon un modèle plus classique avec près de soixante-dix salariés travaillant au bureau et des cadres qui — pour paraphraser Bouchon — portent « le costard du commercial de base ».

Ulrich suggère à Bonnell de redéfinir le concept éditorial d'Infogrames en répartissant la production selon des labels thématiques auquel seraient associés de fortes identités : Ère Informatique (simulation et science-fiction), Cobra Soft (jeux de stratégie militaire), Carraz Éditions (logiciels éducatifs), Drakkos (fantastique), Médiavision (adaptations de bandes dessinées). Pourtant, bien que le souverain donne son aval, ses adjoints, Maulmin, Motet et Schmider, s'opposent à cette ingérence dans leur pré carré. Infogrames qui a récupéré la licence de Bob Morane a choisi d'investir des sommes énormes dans l'adaptation des aventures de ce héros dont le nom revient alors, telle une ritournelle, dans une chanson à succès du groupe Indochine.

Pour l'heure, Bonnell a besoin de rentrées financières et sa principale requête est mélodramatique : il faut, quoi qu'il en coûte, achever *L'Arche du Captain Blood* avant la date fatidique de Noël. Au cours de l'été 1987, Bouchon et Ulrich partent s'isoler dans les Landes afin de faire avancer la réalisation du logiciel. Pour mettre en scène la fresque, Bouchon déploie de spectaculaires effets graphiques, auxquels s'ajoutent d'extraordinaires trouvailles en matière de programmation qui amènent le joueur à de spectaculaires plongées dans l'hyper-espace ou au travers de montagnes. Le script et la réalisation révèlent bientôt une densité jusqu'alors inconnue dans le jeu informatique.

Les fées semblent s'accorder à donner une destinée hors du commun aux aventures du *Captain Blood*. Ulrich, qui continue de composer des musiques sur ses synthétiseurs, est mis en contact avec Jean-Michel Jarre

par un ami commun. Le compositeur *d'Oxygène* le reçoit dans son studio de Chatou. Ulrich, qui est venu avec un Atari ST, présente quelques séquences de *Captain Blood.* Jarre tombe des nues au vu de ce qu'il découvre et songe bientôt à exploiter les talents de Bouchon :

— Je prépare un concert événement à Tokyo. Penses-tu qu'il serait possible d'élaborer pareilles images pour cet événement ?

Espiègle, Ulrich réplique :

— Tout est possible. D'ailleurs, il serait tout aussi formidable de pouvoir utiliser la musique de ton album *Zoolook* sur *Captain Blood.*

Jarre ne réagit pas mais son silence ouvre tous les potentiels. La tentation est trop forte pour Ulrich qui, de retour chez lui, échantillonne quatre mesures de *Zoolook* puis les retravaille sur l'Atari ST de manière à créer trois minutes de musique originale.

Lors d'une visite à Chatou, il fait écouter ce melting-pot sonore à Jarre et ce dernier n'en croit pas ses oreilles.

— Philippe!... Avec tous mes appareils qui coûtent des millions de francs, nous n'arrivons pas à produire ce que tu réalises sur tes micro-ordinateurs !

La titanesque prestation prévue pour le Japon est finalement annulée mais Jarre n'en accepte pas moins de céder les droits d'exploitation mondiaux du thème de *Zoolook* pour le générique de *L'Arche du Captain Blood.* Le nom de Jarre pourra même apparaître en lettres de feu sur la jaquette du jeu.

Ulrich et Bouchon passent les dernières journées de développement dans une fatigue extrême, ne dormant que quelques heures par nuit. Le jour J, alors que le jeu est censé partir en production, Bouchon termine les derniers polissages chez le duplicateur. Cette épreuve passée, il dort une semaine d'affilée. L'édition de décembre 1987 du magazine *SVM* consacre quatre pages à *L'Arche du Captain Blood,* que le journaliste Yann Garret décrit comme « le plus beau jeu du monde ».

«Attention, chef-d'œuvre! Préparez-vous à passer

Noël dans les étoiles et à vivre en compagnie du capitaine Blood une extraordinaire aventure. Scénario exceptionnel, graphismes magnifiques, conception révolutionnaire, cette dernière création d'Ère accumule les superlatifs. Il annonce une nouvelle génération de logiciels, où sens du récit et talent de la programmation se mettent au service d'un art nouveau. »

En lisant ces lignes, Didier Bouchon, loin de s'enthousiasmer, est atterré. Il est persuadé que l'article est trop enflammé et que la déception sera immense chez les consommateurs. Mais trois jours après sa sortie, *L'Arche du Captain Blood* se vend à 10 000 exemplaires.

Le 20 janvier 1988, *France Soir* accueille à son tour le logiciel par une splendide ovation. « Si *Alien* vous a fait trembler, si *ET* vous a fait pleurer, alors précipitez-vous sur *L'Arche du Captain Blood,* le plus beau logiciel du monde, qui ouvre une nouvelle ère dans l'histoire des jeux informatiques. » Et la journaliste de conclure ses louanges par des notes record: Originalité: 10; Graphisme : 10; Animation : 10.

L'Arche du Captain Blood devient le plus gros succès jamais développé en France. Un mois après sa sortie, la version Atari ST est en rupture de stock.

Ce triomphe contraste violemment avec l'échec de *Bob Morane,* ce jeu d'Infogrames qui a nécessité tant d'investissements en interne. En dépit d'un marketing agressif, ce logiciel est l'un des plus grands fiascos de l'histoire du jeu. Bonnell reconnaît, mais un peu tard, avoir manqué de clairvoyance. « Bob Morane, c'était tout pour moi lorsque j'avais 14 ans. Je n'ai pas réalisé qu'il ne représentait plus rien pour les gamins de 1987. »

« Ata Ata Hoglo Huglu ». Mais quelle mouche les a piqués? Désormais chaque réunion des membres de l'équipe de développement d'Ère Informatique démarre par ce mantra collectif dédié à une divinité factice qu'ils ont eux-mêmes créée : Exxos.

Nous sommes en 1988 et Philippe Ulrich ressemble de plus en plus à ses personnages. Cet extraterrestre dont l'allure évoque celle d'un intellectuel rebelle et rock'n'roll vit dans un univers parallèle peuplé de farfadets mauves, de troublantes femelles à l'instinct maternel assisté par ordinateur ou d'ornithorynques fourbes, qui cachent de sanguinaires desseins derrière leur sourire de celluloïd.

Ulrich n'est qu'un héros parmi d'autres au milieu de cette galerie glauque de mutants, guerriers impavides, escort girls, pilotes intrépides de bolides spatiaux et bonimenteurs baveux. D'ailleurs, il est convaincu qu'il n'est qu'un simple pion dans le grand plan de la Machine avec un grand M. Un pion émérite, présélectionné, à nulle autre pareil, doté d'une Mission avec un grand M.

Tandis que les humanoïdes consommateurs de spectacles entrent dans l'ère cyber, Ulrich sera le grand ordonnateur du Carnaval. Tel est son rôle de démiurge en chef de créatures pixellisées qui, une fois émancipées, vivront des millions de vies, sous la commande du joystick de joueurs accros.

Pour l'heure, faute de disposer d'un budget publicitaire, Ulrich a jugé opportun de monter une stratégie audacieuse empruntant à la science-fiction et au mysticisme. « Notre entité est immortelle car nous sommes des créateurs, déclare-t-il à ses auteurs. Nous avons la technologie, le graphisme, la musique et les scénarios. » L'idée d'un dieu qui guiderait les programmeurs a germé. Il a été nommé Exxos, du préfixe grec *exo* qui signifie « vers l'extérieur », par opposition à *eso* qui caractérise ce qui est interne et caché. Par cette appellation, l'équipe veut refléter son but ultime, celui d'une communication universelle et totale. C'est le concept du *Captain Blood* qui a donné naissance à ce demi-dieu qui personnifie l'espace de l'imaginaire. Didier Bouchon a d'ailleurs créé pour l'occasion, un logo fantasque, auquel les auteurs ont pleinement adhéré.

Afin de signer un pacte solennel avec cette divinité, l'équipe d'Ère Informatique organise plusieurs *happenings high tech.* Le premier a lieu le 12 juin 1988 au Studio 102 sur les Champs-Elysées, et le label est dévoilé par le cinéaste Alexandre Jodorowski. Ulrich déclame un texte en hommage à la divinité.

« Mesdames et Messieurs, la décision n'a pas été facile, mais nous avons tout de même convenu de vous révéler le secret de notre dynamisme et de la créativité qui fait le succès d'Ère Informatique.

« S'il y a des gens sensibles dans la salle, je leur demande d'être forts. Ils ne risquent rien si leurs vibrations sont positives, les forces telluriques les épargneront...

« Mes amis, l'inspiration ne tombe pas du ciel, le génie n'est pas le fruit du hasard...

« L'inspirateur et le génie qui a conçu *Macadam Bumper*, ça n'est pas le fabuleux Rémi Herbulot ou le merveilleux Michel Rho [...]. L'inspirateur et le génie qui a généré *Captain Blood*, ce n'est pas l'inextinguible Didier Bouchon et encore moins votre serviteur.

« C'est Lui. Lui qui vit tapi dans nos bureaux depuis des mois... Lui qui vient de l'extérieur de l'Univers. Lui que nous dévoilons aujourd'hui au monde, car l'heure est venue. J'ai nommé l'Exxos.

« Je vous demande de dire après moi quelques phrases magiques qui lui rappellent son pays : Ata ata hoglo huglu, ata ata hoglo huglu... »

Ravie du divertissement hors norme qui lui est offert, la presse salue la performance en consacrant page sur page au nouveau délire de la bande d'Ère.

Un beau matin, Ulrich reçoit un appel d'un client allumé, qui insiste pour le rencontrer le soir même. Devant l'insistance de cet importun, il finit par céder. Le soir même, il voit débarquer Michel Fugain, une immense caisse de Champagne à la main, accompagné de son épouse, qui porte un bouquet de fleurs plantureux. « Enfin, je vous vois ! Cela fait des mois que je vous adore et vous déteste tout à la fois ! » Le chanteur révèle qu'il est collé sur *L'Arche du Captain Blood* depuis un bon trimestre!

Le jeu vedette d'Ère Informatique continue sur sa

lancée et dépasse les 100 000 exemplaires, un chiffre remarquable pour un logiciel français. Sous licence Infogrames, il est aux meilleures places des classements anglais (numéro un en mai), italien et allemand. Le logiciel grimpe à la sixième position du hit-parade japonais et se place en numéro cinq aux États-Unis, où il est distribué par Mindscape. « J'ai toujours cru en notre programme, mais son succès a dépassé nos espérances, en particulier pour ce qui est de l'étranger », confie un Ulrich atterré à David Bishop, un reporter anglais. Au même moment, le jeu *Bob Morane* produit par Infogrames est un tel fiasco que les retours sont supérieurs aux ventes.

Malgré le succès de *Captain Blood*, Infogrames broie du noir. Le 1er octobre, Cable, une filiale de France Image Logiciel qui avait la distribution exclusive des titres de l'édition lyonnaise en France, dépose son bilan. Sur les impayés dus par Cable, la part correspondant à Infogrames s'élève alors à 1,4 million de francs! Infogrames n'étant plus en mesure de payer Ère Informatique, Didier Bouchon et Rémi Herbulot perdent de longues heures en réclamation de leurs droits d'auteur. Ulrich doit alors assumer la sinistre tâche consistant à les faire patienter. Willy Marrecau, l'ancien compagnon de Bonnell chez Thomson, prend l'initiative de monter un nouveau réseau de distribution, Ecudis, en vue de sauver les ventes de Noël d'Infogrames.

Pour l'heure, tous les espoirs reposent sur le rapprochement avec Epyx. Au printemps 1988, Infogrames a été approché par cet éditeur américain, qui a proposé d'absorber l'entreprise fondée par Bonnell. Les cadres de Villeurbanne ont vu la chose d'un œil favorable, car elle signifie qu'Infogrames va faire l'objet d'une infusion massive de cash et pouvoir se développer internationalement.

Le 6 octobre, alors qu'il fête ses 30 ans, Bonnell qui revient des États-Unis. À l'aéroport, il se voit accueilli par un employé d'Infogrames qui lui tend les clés d'une Ferrari louée pour la journée, avant de lui annoncer la formidable nouvelle : Epyx rachète Infogrames ! La liesse sera de courte durée.

La deuxième fête organisée par Ère Informatique en l'honneur d'Exxos a lieu le 15 octobre et coïncide avec le lancement d'un jeu de Rémi Herbulot, *Purple Saturn Day*, qui simule les jeux Olympiques de l'an 2500. La presse se voit conviée à une cérémonie sacrificielle sur la scène du Festival de la Micro, aux Champs-Elysées. Sur la scène, les cheveux teints en vert, affublé de lunettes aux verres miroirs octogonaux, Ulrich encadré d'une cohorte de programmeurs grimés se lance dans une mystique déclamation, tandis que la foule déclame « Ata ata hoglo huglu... »

« Mes amis, merci d'être venus si nombreux à l'occasion de cette cérémonie du sacrifice à notre maître à

« Ô Exxos, toi qui nous as montré la voie qui menait vers le succès planétaire de *L'Arche du Captain Blood*, toi qui as inspiré ces fabuleuses volutes colorées de l'espace-temps à Didier Bouchon ici présent.

« Aujourd'hui, c'est le tour de Rémi Herbulot et de *Purple Saturn Day*. Exxos, merci ! »

Sur ces entrefaites, le maître de cérémonie s'empare d'une massue et entreprend de pilonner une gigantesque maquette d'ordinateur Amstrad, à titre de sacrifice pour la divinité. Sous les cris de la foule, des morceaux de la machine déchiquetée sont distribués aux participants.

Ulrich explique alors à qui veut l'entendre que le jeu informatique est devenu un art. « Tous les autres courants artistiques ont été traversés de mouvements : impressionnisme, dadaïsme, surréalisme... Pourquoi n'en serait-il pas de même avec le logiciel? » Et d'ajouter que « Exxos est en train d'élever le loisir informatique au statut d'art noble, et va amener cette expression artistique à tous les habitants de la galaxie ».

Le 15 décembre 1988, à Londres, le magazine anglais *CTW* décerne à *Captain Blood* le prix du meilleur jeu étranger. Le magazine *Tilt* décerne à Ère Informatique son « Prix spécial du jury pour l'ensemble de son œuvre » et décerne à *Captain Blood* la mention « Meil-

leure aventure en français». *«L'Arche du Captain Blood* marque une étape dans le jeu d'aventure. »

Une semaine avant Noël, une grande manifestation est organisée à Paris dans Un lieu prestigieux, l'Hôtel Meurice, afin de célébrer la fusion entre Infogrames et Epyx.

Philippe Ulrich, qui est présent sur les lieux, attend beaucoup de l'opération, l'afflux de capitaux étant perçu comme un ballon d'oxygène à une heure où les finances d'Infogrames sont exsangues, et où les auteurs d'Ère attendent désespérément leurs règlements.

Mais les choses vont en rester là. Une semaine plus tard, Bonnell s'envole pour les États-Unis afin de ratifier l'accord et se voit confronté à une nouvelle dantesque : le conseil d'administration d'Epyx s'est finalement opposé à la signature du rachat d'Infogrames! Pour Bonnell, cette annonce équivaut à une Bérézina. Du fait de la longue négociation entreprise avec Epyx, de nombreuses licences de jeux ont été bloquées en l'attente de la signature. Le jeune conquérant qui se voyait en remontrer à la Terre entière voit l'année se terminer de manière houleuse. Les 50 millions de francs de chiffre d'affaires d'Infogrames ne permettent plus d'entretenir une structure de soixante employés à laquelle s'ajoutent les éditions telles que Ère ou Cobra Soft. D'autant que le lâchage d'Epyx décourage de nombreux investisseurs d'amener leurs fonds dans la société au tatou.

La crise contribue à distendre les liens entre Infogrames et ses filiales. Ère Informatique avait réussi à tisser un climat de confiance avec ses multiples auteurs, en veillant à toujours régler leur dû en temps et en heure. « Notre seule arme reposait sur l'édition de bons produits, et il fallait donc un climat de confiance absolue pour que cela fonctionne », plaide Ulrich en proie au désespoir. Mais Bonnell, qui tente de maintenir à flot un navire en perdition, ne peut plus, pour l'heure, tenir les engagements de rémunération qui lient Infogrames aux auteurs indépendants. Il demande à tous ses cadres d'avoir des discussions avec ses fournisseurs — duplicateurs, fabricants de boîtes ou auteurs — de négocier des conditions et délais de paiement.

Le sentiment de communion qui a longtemps scellé l'esprit de fête inhérent à Ère Informatique fait place aux interrogations, à l'individualisation, l'absence de paiement générant son lot de drames individuels. « Il est évident que nous sommes la cinquième roue du carrosse d'Infogrames, se plaint Herbulot. Nous ne servons qu'à boucher leur trou financier. »

À Lyon, Ulrich s'insurge et réclame une stratégie claire.

— Dis aux auteurs que tu as des problèmes, Bruno, et que tu ne peux pas les payer. Explique-leur !

Il s'entend alors répondre :

— Les auteurs se doivent de participer à la construction d'Infogrames !

À sa décharge, Bonnell a d'autres soucis. Suite à la faillite de la chaîne Nasa Electronique au début de l'année 1989, l'édition de Villeurbanne se retrouve avec 2,5 millions de francs d'impayés. Infogrames est au bord du gouffre.

Au cours d'une réunion organisée avec les principaux cadres d'Infogrames, chacun évoque un inévitable dépôt de bilan. Au bout d'une heure, Bonnell se met à frapper sur la table. « Mais ce n'est pas possible ! Nous ne pouvons pas en rester là! Il faut que nous nous en sortions. » Le coup de poing physique comme verbal redonne du baume au cœur aux lieutenants lyonnais. Bonnell voit ses employés un par un, leur explique la situation et déclare qu'ils peuvent se sentir libres de quitter le bateau ou bien de demeurer sur le pont le temps de traverser la tempête. Tous décident de rester à bord.

L'une des principales banques d'Infogrames appelle le 27 février pour expliquer qu'elle ne pourra pas honorer les prochaines échéances de l'édition. Bonnell prend l'appel et se montre provocateur.

— Pas de problème ! Dans ces conditions, nous déposons notre bilan. Et comme nous avons 5 millions de francs chez vous, vous pouvez dès à présent passer cette somme en pertes.

La foucade est habile et fait mouche. L'édition se voit accorder une fois de plus le crédit qui doit lui permettre de survivre. Mais en attendant, elle déclare devoir décaler des paiements de droits d'auteur. « Nous traversons un moment difficile, confie alors Bonnell à Ulrich et Viau. Dans de telles circonstances, ma priorité a toujours été et demeure la même : rémunérer en premier lieu mes salariés. » Pour Philippe Ulrich qui reçoit les appels enragés des auteurs en attente de paiement, la situation devient chaque jour plus douloureuse.

Le 13 avril, à l'occasion de la sortie du jeu *Kult,* Ulrich, armé d'une hache, « immole » un extraterrestre de latex à la gloire du dieu Exxos dans le sous-sol d'Ère, sous les cris des programmeurs. À nouveau, les journalistes, auxquels ont été remises des lunettes « pour les protéger des hallucinations collectives », repartent avec un morceau de l'entité. La tête de l'alien décapité est placée dans le bureau d'Ulrich, au-dessus d'une armoire d'où elle dévisage les visiteurs égarés.

Mais l'heure n'est plus à l'hilarité, car la situation des auteurs est devenue catastrophique. Le 31 mai 1989, Rémi Herbulot adresse une lettre dans laquelle il rappelle que ses droits — qu'il n'a pas touchés depuis un semestre — sont sa seule et unique source de revenus. Il qualifie la situation d'intolérable :

« Pourquoi nous, auteurs, devrions supporter pleinement les difficultés financières que vous rencontrez alors que nous avons apporté des produits sans frais de développement? Pendant que les salariés d'Infogrames continuent de percevoir des salaires, parfois confortables, nous autres, les auteurs, sommes laissés avec peu pour vivre, malgré les bonnes ventes de nos jeux. »

Quelques jours plus tard, Didier Bouchon envoie à son tour une lettre recommandée dans laquelle il fait état des sommes qui lui sont dues pour l'année 1988 et dont il attend désespérément le règlement : elles s'élèvent à 379 137 francs ! Il conclut sa missive en indiquant en lettres majuscules :

« Je ne comprends pas votre attitude vis-à-vis des auteurs indépendants qui vous amènent des produits clés en main qui deviennent des hits internationaux... Comment puis-je envisager un avenir dans cette profession ? »

Un matin de juin, Viau et Ulrich prennent le TGV et débarquent sans prévenir chez Infogrames à dix heures. Ulrich pique une crise de colère et insulte les cadres de la maison.

— La situation est intenable ! C'est la rupture totale. Vous n'avez pas le droit d'entretenir une structure que vous ne pouvez pas assumer. S'il en est ainsi, rendez-nous notre liberté. Rendez-moi des parts du capital d'Ère afin que nous puissions reconstruire quelque chose de manière autonome.

Confronté à une situation critique, Bonnell se résigne à un douloureux délestage :

— Philippe, je ne peux plus payer tout le monde. Je dois procéder à un certain nombre de licenciements. J'ai décidé de fermer les bureaux parisiens du groupe. En l'attente d'heures plus roses, il va falloir négocier avec les artistes.

— Toute une génération d'auteurs est cassée, lâche Ulrich.

Dans la foulée, Infogrames regroupe à Lyon les créatifs de Cobra Soft et se sépare de Carraz Éditions.

À Paris, Bonnell reçoit les auteurs d'Ère Informatique un à un et leur tient à peu près ce discours :

— Je ne peux pas encore te payer tes royalties. Toutefois, je suis prêt à te donner une avance de 20 000 francs sur ton prochain jeu.

Herbulot, pour sa part, s'affirme déconcerté. « Vous avez choisi de faire les coupes sombres dans Ère Informatique, alors que nos produits se vendent bien mieux que les productions financées à Lyon ! »

Ainsi disparaît Ère Informatique, une société qui a produit plus de cent cinquante jeux et hanté l'âme d'innombrables joueurs à la recherche désespérée des clones hors de contrôle du Captain Blood. Pas de doute, l'aventure d'Ulrich voit s'achever son deuxième niveau et la chute est aussi spectaculaire que l'ascension vers

les étoiles. Pourtant, tel le phénix, l'explorateur de mondes virtuels se prépare à une lente remontée vers les cieux. Ulrich ignore alors que les dieux de la science-fiction veillent sur l'âme des artistes visionnaires. Un appel va bientôt venir du fond de la dune...

CHAPITRE 6

SONIC LA CONTRE-ATTAQUE DE L'EMPIRE DU HÉRISSON BLEU

— Ce distributeur que nous avons en Allemagne, tu sais à quoi je me rends compte qu'il est en train de me mentir?

— Non, Frank...

— Au fait qu'il ouvre la bouche.

Jamais à court d'un bon mot, Frank Herman avait tout du parent idéal, avec son air bonhomme, ses yeux rieurs et un charisme personnel profond. Surnommé Oncle Frank par ses congénères, le quinquagénaire au front dégarni était râblé et portait d'énormes lunettes. Pragmatique et forcené du travail, il ne s'intéressait absolument pas au côté créatif des jeux, mais à leur potentiel de vente. Ses qualités relationnelles et son humour faisaient le reste.

Au cours des trente années précédentes, Herman avait successivement endossé les casquettes d'expert-comptable et d'investisseur bancaire. Après la crise pétrolière de 1973, l'établissement qu'il dirigeait avait sombré corps et biens et Herman avait connu une longue traversée du désert, survivant tant bien que mal à coups d'expédients. Il s'était retrouvé de manière presque fortuite en 1978 à gérer l'importation de cassettes vidéo depuis les États-Unis. Les relations qu'il avait développées avec des établissements bancaires outre-Atlantique lui avaient facilité la tâche. « Les Américains sont des gens formidables, se plaisait à dire Herman. Ils sont

prêts à traiter avec vous alors qu'ils ne vous connaissent ni d'Eve ni d'Adam. Il suffit de leur offrir de l'argent ! »

L'importation sur le sol anglais de vidéocassettes américaines, pour l'essentiel des films de série B d'un niveau médiocre, avait généré un revenu confortable. Mais à partir de l'année 1982, les «majors» gérant elles-mêmes la distribution de leurs vidéocassettes, le marché était devenu plus âpre, et Oncle Frank songeait à diversifier ses activités. L'occasion lui fut offerte par le dirigeant d'une société cliente avec qui il s'était lié d'amitié. Martin Alper, un quadragénaire maigre aux cheveux poivre et sel affectionnant le port d'une barbe de trois jours et au visage surmonté de lunettes, dirigeait l'entreprise *Video Tape International.*

Au début de l'année 1983, l'une des boutiques desservies par *Video Tape International* avait fait faillite. Faute de pouvoir le régler, le gérant avait offert de dédommager Martin Alper en lui cédant son stock de jeux pour l'ordinateur Commodore 64. Alper avait réceptionné des milliers de cassettes sans réellement comprendre ce qu'elles pouvaient contenir au juste. C'est lorsqu'il s'était avisé de les vendre qu'il avait eu une révélation : elles avaient été écoulées en un temps record. Ce qui avait le plus surpris Alper était l'ampleur de la marge réalisée sur l'opération. De tels logiciels de jeux étaient couramment vendus 100 francs alors que leur coût de production était infime en comparaison. Il avait réalisé qu'un secteur particulièrement profitable était en train d'émerger.

Lors d'une visite d'Herman chez *Video Tape International,* Alper lui avait montré ces fameuses cassettes :

— Regarde, Frank, ces articles sont vendus environ 100 francs alors qu'ils coûtent environ 2 francs à produire. Il y a là une opportunité de développement fabuleuse. J'aimerais me lancer dans la diffusion de ces jeux en les vendant cinq fois moins cher que leur prix habituel. Est-ce que tu serais prêt à monter l'affaire avec moi?

Oncle Frank avait répondu « Banco » et la compagnie *Mastertronic* était née dans la foulée. Alper avait pris

une année sabbatique et s'était rendu dans tous les salons spécialisés organisés en Europe afin de rencontrer des programmeurs. *Mastertronic* avait ainsi lancé le développement d'une gamme de jeux pour les ordinateurs Commodore 64 et Spectrum.

Les premiers jeux à 20 francs pièce diffusés par la société de Martin Alper et Frank Herman étaient apparus à la mi-1984. Seize représentants avaient été embauchés avec pour mission de sillonner l'Europe et de trouver des distributeurs pour ces logiciels à prix cassés. La demande avait été telle que *Mastertronic* était devenue bénéficiaire après six semaines. Au bout d'un an, la compagnie vendait près d'un tiers des jeux écoulés sur le sol européen.

Vers le milieu de l'année 1986, au cours d'un voyage aux États-Unis, Martin Alper avait découvert le phénomène Nintendo. Il était alors revenu en Angleterre en clamant à ses collègues que cette console allait envahir le monde, et qu'il fallait absolument que Mastertronic en prenne la distribution européenne sans plus attendre. Hélas, Minoru Arakawa, le président de Nintendo of America, avait opposé une fin de non-recevoir aux avances de Alper et Herman : Nintendo entendait s'appuyer sur un géant du jouet tel que Mattel ou Bandai" pour superviser le lancement européen de la NES. Convaincus que le secteur de la console était en train de redémarrer et que tout était encore possible sur le Vieux Continent, Alper et Herman avaient réfléchi à une solution alternative. Un ancien cadre d'Atari devenu consultant, Anton Bruehl, leur avait alors signalé l'existence d'une société nommée Sega. À première vue, ce constructeur de consoles n'avait rien de très alléchant : il devait couvrir en tout et pour tout 1 % du marché mondial. Mais il n'existait pas d'autre alternative...

La société Sega avait été fondée à Tokyo en avril 1954 par un Américain du nom de David Rosen, alors âgé de 20 ans. Natif de Brooklyn, ce grand jeune homme avait rencontré une délicieuse Asiatique alors qu'il effectuait son service armé au Japon dans l'aviation. Une fois libéré des obligations militaires, il était revenu

à Tokyo pour épouser sa douce et tendre. Il avait alors fondé la *Rosen Entreprise,* une compagnie ne comptant pour seul employé que lui-même. L'homme d'affaires expatrié s'était d'abord lancé dans l'import-export d'articles d'art et l'établissement de cabines de photomaton. Puis, à partir de 1956, il avait démarré l'importation de machines électroniques de loisirs, flippers, baby-foots et autres juke-boxes qu'il plaçait dans les bases militaires américaines établies au Pays du Soleil levant. Les soldats stationnés dans l'archipel raffolaient de tels appareils qui, pour 50 centimes environ, permettaient de frapper une balle de base-bail ou de tirer sur une cible mouvante à l'aide d'une carabine. Mais les machines livrées depuis Chicago manquaient d'attrait et au bout de quelques années, Rosen avait songé à développer ses propres modèles.

En 1965, David Rosen avait racheté une compagnie de Tokyo spécialisée dans les juke-boxes et distributeurs automatiques, qui avait pour coutume d'estampiller le terme SEGA, abréviation de SErvice GAmes, sur ses appareils. L'Américain avait fusionné cette compagnie avec la sienne et fondé Sega Enterprise avec pour ambition de développer des jeux pour parcs d'attractions. Le premier jeu produit par la nouvelle entité, *Périscope,* permettait à un joueur de lancer des torpilles sur un bateau, en visant à partir d'un périscope. Cette machine, qui reposait sur des trouvailles techniques de taille, avait immédiatement rencontré les faveurs du public, au Japon comme aux États-Unis. Rosen recevait des lettres de responsables de salles d'arcades affirmant que cette attraction avait à elle seule sauvé l'industrie! Il apprit alors une leçon qui guidera par la suite la compagnie : une technologie de qualité supérieure conquiert le marché. Rosen devint millionnaire en dollars dès l'année 1971 lorsqu'il vendit sa société à Gulf & Western Industries — tout en demeurant président de Sega. Tout au long de la décennie, l'Américain, qui prenait de l'embonpoint et voyait son front se dégarnir, œuvra à exporter ses machines d'arcades dans le monde entier.

Vers la fin des années soixante-dix, Rosen avait noué une relation privilégiée avec un dénommé Hayao Nakayama. L'entreprise dirigée par cet entrepreneur était son meilleur client ; elle achetait des stocks entiers de cartes à Sega pour les écouler dans les pays les plus divers du globe.

Nakayama était une personnalité complexe, avec un besoin perpétuel d'auto-affirmation. Gêné par sa calvitie, il laissait ses cheveux pousser sur les côtés et les rabattait en une boule sur le crâne. Suite à une éducation rigide, Nakayama avait été contraint par son père de suivre des études de médecine alors qu'il n'éprouvait aucun intérêt pour le sujet. Une fois installé, il avait finalement abandonné son cabinet médical pour se lancer dans le commerce. Qu'il soit motivé par un désir de revanche ou par un don naturel, Nakayama avait excellé dans le monde des affaires. Il avait toutefois conservé un sentiment d'inconfort qu'il compensait par une attitude intransigeante et dure. Lors de ses relations, il dissimulait son malaise par un débit verbal accéléré.

Rosen avait trouvé dans Nakayama la personne idéale pour prendre les rênes de Sega. Ouvert à la culture occidentale, le petit homme parlait couramment l'anglais et appréciait les bons vins, à commencer par les bordeaux. En 1979, Rosen procéda à l'acquisition de la compagnie de distribution de Nakayama. L'homme à la drôle de coiffure devint directeur général de Sega en échange d'un salaire princier et de 4 % des actions de l'entreprise. Il allait rapidement se révéler un patron de droit divin, dans la lignée des empereurs japonais.

Sous la direction de Nakayama, Sega allait prendre un virage technologique, amplifiant ses efforts de recherche et développement de produits. Portée par le boom mondial des jeux vidéo, Sega introduisit plusieurs attractions révolutionnaires, tels *Astron Belt,* le premier jeu puisant ses images sur un laserdisc ou *Sub Roc-3D,* le premier titre en trois dimensions. En 1982, ses revenus mondiaux approchaient le milliard de francs.

Sega avait mis au point sa première console familiale, la NSG-1 000, lorsqu'elle essuya de plein fouet la crise mondiale du jeu vidéo. Au début de l'année 1984, les

salles d'arcades fermaient les unes après les autres, touchées par la soudaine désaffection des adolescents. Dans l'affolement qui s'ensuivit, Gulf & Western vend ses parts de la société Sega à la Bally Manufacturing Corp. Rosen, Nakayama et plusieurs investisseurs japonais se regroupèrent afin de racheter les avoirs de Sega pour 38 millions de dollars. Un partage géographique du pouvoir fut décidé. Nakayama conserverait la présidence de Sega Enterprise, tandis que Rosen prendrait la direction d'une filiale américaine, Sega of America.

Comme la plupart des acteurs du jeu vidéo, Nakayama et Rosen furent pris par surprise lors de l'offensive de Nintendo. Le temps de réagir avec une console pour le marché familial, la Master System, il était trop tard. La NES était dans tous les foyers japonais et se répandait comme une traînée de poudre sur le sol américain.

Toutefois, la partie n'était jamais totalement perdue, car de la débâcle d'Atari suivie du boom de Nintendo, Rosen et Nakayama retenaient une leçon : chaque génération de machine était vouée à être balayée par une autre, plus puissante technologiquement. « Nous avons toujours vu une industrie plus forte émerger des cendres de la précédente » se plaisait à dire Rosen.

Dès 1984, les équipes de recherche et développement reçurent pour mission de développer une console éclipsant la NES en termes de capacités.

Et la chance voulut que, dans l'euphorie de la conquête du Pacifique, Nintendo ait négligé le marché européen.

Le Britannique Frank Herman débarque en novembre 1986 dans la mégapole japonaise en vue de rencontrer Rosen et Nakayama. De l'aéroport, il affrète un taxi pour Haneda, un vieux quartier industriel totalement dépourvu de charme, sur la bordure sud-ouest de la baie de Tokyo. C'est là qu'est situé le siège de Sega, une multitude de locaux secondaires étant disséminés dans la ville.

Le véhicule dépose Oncle Frank devant un bel immeuble carré et moderne de Haneda. Dans le bâtiment administratif, les bureaux paysagers sont décorés avec une sobriété qui frise l'indigence. Depuis les fenêtres, on aperçoit l'usine située sur le trottoir d'en face, qui construit les machines d'arcades. Le visiteur britannique est impressionné par le nombre de gens travaillant dans un même espace et l'ardeur qu'ils mettent à avoir l'air occupé en toutes circonstances. Soumis à la discipline de fer qu'impose Nakayama, les employés paraissent perpétuellement aux aguets, toujours prêts à répondre à toutes les questions possibles et imaginables que leur président pourrait leur poser.

Frank Herman, qui a souvent connu des négociations chaotiques avec des entreprises japonaises, est agréablement surpris par la convivialité de l'entrevue avec David Rosen. Tout en conversant avec des manières huilées, le fondateur de Sega, vêtu de manière impeccable, explique qu'il vit désormais le plus clair de son temps en Californie et laisse entendre que la compagnie va développer des produits spécifiquement pour le marché américain.

Nakayama apparaît comme un homme à deux visages. Si au sein de sa compagnie il maintient une ambiance d'effroi et d'intimidation, vis-à-vis des « *gaijin* » — les étrangers — il se montre charmeur, raffiné et même humain. Il dépeint à Herman une situation rose, le secteur des jeux d'arcades ayant repris des couleurs, et confie que Sega se prépare à entrer à la Bourse de Tokyo. A l'en croire, la force de la compagnie réside avant tout dans sa puissance de création et d'innovation — un quart des salariés travaillent à la recherche et développement. Au fil des conversations, Nakayama apparaît comme un fanatique du logiciel qui passe le plus clair de ses loisirs à examiner les produits de ses concurrents et à rechercher des idées de jeux. Mais Herman est avant tout impressionné par l'amplitude de sa vision. Nakayama juge déjà que le secteur du jeu vidéo sera le fer de lance d'un secteur dont on commence à peine à parler : le multimédia, l'industrie appelée à naître de la fusion de l'informatique et de la vidéo.

Oncle Frank n'est pas venu les mains vides et met ses interlocuteurs dans la confidence. Accoutumé à vendre des logiciels avec un profit élevé, Mastertronic n'est pas *a priori* armé pour affronter un marché de la console dans lequel les marges sont beaucoup plus réduites. Afin d'asseoir la trésorerie de leur entreprise, Martin Alper et Frank Herman ont décidé de faire entrer le holding Virgin à hauteur de 50 % dans le capital de Mastertronic. La société va être rebaptisée pour l'occasion Virgin Mastertronic. De par sa forte implantation européenne et son image auprès des jeunes, Virgin est appelé à servir de «cheval de Troie» dans l'invasion du Vieux Continent.

Dès le début de l'année 1987, Virgin Mastertronic démarre la diffusion de la console Master System en Angleterre. Frank Herman, qui supervise l'opération Sega, est assisté dans la tâche par Nick Alexander, un drôle d'individu qui semble tout droit sorti d'un groupe de rock, avec ses cheveux longs et son visage poupin. La perfide Albion n'a pas encore été touchée par la vague Nintendo et quand Herman et Alexander font la tournée des distributeurs, ils se heurtent à l'incrédulité des grands acheteurs. « Vous êtes dingues ! Comment pouvez-vous vendre des consoles alors que des centaines de milliers de VCS invendues sont enfouies dans les déserts de l'Amérique? »

Mais les bonnes relations qu'Oncle Frank a patiemment tissées dans le Royaume-Uni finissent par payer. La chaîne de magasins Woolworth accepte finalement de proposer la Master System dans ses rayons. Sur le premier lot de 20 000 consoles importées en Grande-Bretagne, la moitié trouve acquéreur, signe qu'il existe encore un semblant de vie pour ce marché. D'autres grandes chaînes suivent le mouvement.

Dès la fin de l'année 1987, Virgin Mastertronic peut se targuer d'avoir vendu 80 000 consoles, ce qui la place au même niveau que Nintendo sur le sol européen. L'étape suivante consiste à traverser la Manche. Frank Herman, qui adore la France — il possède un appartement à Saint-Raphaël —, n'attend qu'un feu vert de Richard Branson.

Jeune loup aux passions hétéroclites, Jean-Martial Lefranc a démarré sa carrière à Publicis où, au terme d'une bataille homérique, il a obtenu les droits de diffusion de TV6. Lorsque la chaîne musicale a été créée en février 1986, il est devenu l'adjoint de son président, Patrice Blanc-Franquart. Lorsque le nouveau ministre de la Culture, François Léotard, a supprimé la concession de TV6, Patrick Zelnick, président de Virgin France, a invité Lefranc à le rejoindre dans le cadre de la diversification des activités de la maison de disques — dont l'exemple le plus frappant a été l'ouverture du magasin Megastore sur les Champs-Elysées.

Lefranc s'est retrouvé à la tête d'une entité, Virgin Loisirs, originellement vouée à la diffusion de cassettes vidéo. La filiale s'est installée dans les 80 mètres carrés d'une ancienne galerie de peinture sous les arcades de la place des Vosges, près des appartements de Jean-Edern Hallier et Jack Lang, que Lefranc croise le matin tandis qu'il se rend à son bureau.

Au début de l'année 1988, Martin Alper vend les parts résiduelles de sa société à Virgin. Richard Branson insiste pour qu'une filiale de Virgin Mastertronic soit ouverte aux États-Unis afin de reproduire le modèle d'édition de logiciels étrenné en Europe.

Alper et Herman décident de tirer à pile ou face afin de déterminer lequel des deux partira aux États-Unis. Et comme la pièce désigne le plus jeune des deux, Alper emmène sa famille en Californie. Il trouve un appartement à Laguna Beach et fonde l'édition Virgin Games à Los Angeles.

Frank Herman, qui a conservé la direction britannique, ne tarde pas à découvrir que les rapports avec Branson sont d'une rare efficacité.

— Je vous ai préparé un dossier afin d'expliquer pourquoi il serait utile de s'appuyer sur Virgin France pour lancer la Megadrive sur le sol français, explique Herman.

— Je n'ai pas vraiment le temps de parcourir ce que vous avez rédigé, rétorque Branson. Mais la proposition me semble aller de soi. Vous avez mon feu vert !

Quelques jours plus tard, en février, Herman est à Paris dans le bureau de Patrick Zelnick afin de lui présenter la Master System. Très vite, il est apparent que le patron de Virgin France est déconcerté par ce nouveau mandat. Puisque les ordres viennent d'en haut, il choisit de se décharger habilement de ce bébé sur l'un de ses brillants collègues.

— Écoute, Frank, tout cela n'est pas vraiment de mon rayon. Mais je vais te mettre en contact avec un jeune gars que j'ai récemment embauché. Vois tout cela avec lui.

C'est ainsi que Jean-Martial Lefranc se retrouve chargé du lancement de Sega, avec une mission on ne peut plus claire :

— Au mois de septembre, il faut que tu aies mis en place la distribution française de Sega, explique malicieusement Oncle Frank.

Herman et Lefranc découvrent qu'ils doivent en premier lieu débrouiller un indescriptible embrouillamini. Depuis le début de l'année 1987, une petite société locale, Master Games, a pris en charge la distribution des consoles de Sega. Elle est dirigée par un Écossais, McSween, et un Français, Gilles Cavaglione.

En un an, Master Games est parvenu à vendre deux cents consoles Sega Master System. Mais sa situation exacte est ambiguë. Herman et Lefranc font des pieds et des mains pour obtenir des informations précises. Quelle est l'étendue exacte du stock de Master Games? Combien de machines ont été payées à Sega? Combien comptent-ils encore recevoir de Master System?... A toutes ces questions, ils n'obtiennent que de vagues réponses et plusieurs mois s'écoulent avant qu'ils ne puissent réaliser que Master Games a fait preuve d'une gestion minimale, sinon douteuse. Soucieux d'en terminer au plus tôt, Herman propose d'intégrer Master Games dans Virgin Interactive. Mais il ne parvient pas à obtenir une réponse claire de Cavaglione et McSween.

En avril, une réunion est organisée dans un café de la place des Vosges pour tenter de trouver une solution au blocage des négociations. À six heures du soir, Herman et Lefranc voient arriver le père de Gilles Cavaglione, un politicien médaillé de la Légion d'honneur, qui gravite dans l'entourage de Jacques Médecin à Nice. L'homme qui sort d'on ne sait où explique qu'il a un dossier complet sur McSween, que le seul coupable dans les magouilles commises par Master Games n'est autre que cet Écossais, et qu'au final, son fils est totalement innocent dans l'histoire. Surpris par le caractère abracadabrant de cette intervention, Herman propose d'attendre la venue des deux gestionnaires de Master Games pour tirer l'affaire au clair.

Une heure et demie plus tard, Gilles Cavaglione arrive sur les lieux, habillé de manière voyante, et s'assoit fébrilement à la table. Persuadé que Herman ne comprend pas un traître mot de français, il s'adresse à son père de manière bouillonnante, comme s'il venait, dans un coup de théâtre retentissant, révéler à Othello la perfidie de Iago.

— Je viens de parler à McSween. Il est allé voir Sega à Tokyo et a obtenu un nouvel accord avec eux. Ces types de Virgin n'ont pas à se mêler de nos affaires. Nous ne devrions même pas discuter avec eux !

Éberlués, Herman et Lefranc échangent des regards complices. Le visage du politicien Cavaglione devient blême :

— Gilles, calme-toi ! Ce n'est peut-être pas l'endroit pour discuter de cela. Monsieur Herman, pourrions-nous convenir d'un autre rendez-vous?

— Avec grand plaisir, Monsieur Cavaglione, répond Herman de manière espiègle. À propos, quel temps fait-il sur la Côte d'Azur?

Pendant quelques minutes, la conversation se poursuit sur le mode anodin, tandis que Gilles Cavaglione, le visage rouge, réalise que le Britannique parle un français tout à fait correct. Soudain Herman change de ton et s'adresse de manière directe à monsieur Cavaglione.

— À propos, pourriez-vous jeter un coup d'œil dans votre dossier?

— Et pourquoi cela? demande Cavaglione.

— Eh bien, si vous regardez bien, vous verrez que jusqu'ici McSween vous a raconté deux cents mensonges. Or, je suis heureux de mettre les compteurs à jour. Le total s'élève désormais à deux cent un!

Quelques jours plus tard, Virgin France a repris la distribution exclusive de Sega et l'épisode Master Games n'est plus qu'un mauvais souvenir. Herman découvre cependant que McSween s'était bel et bien rendu au siège de Haneda pour plaider sa cause et s'était vu opposer une fin de non-recevoir. A force de persévérance, il avait obtenu de se joindre à un dîner auquel participait Nakayama.

Au cours du repas, l'Écossais avait vécu une longue humiliation, le président de Sega ne daignant pas lui adresser une seule fois la parole, et se contentant de discuter en japonais avec ses collègues. En fin de repas, McSween avait tenté le tout pour le tout : il s'était emparé d'un vase posé sur la table et en avait renversé l'eau sur sa tête. Malgré cette mise en scène, l'Écossais n'avait eu que quelques minutes pour défendre son dossier, Nakayama ayant confirmé la rupture des relations avec Master Games. Malgré ce veto absolu, McSween n'avait pas hésité à appeler Gilles Cavaglione pour expliquer que tout était en train de s'arranger!

Les responsables des achats de supermarchés, grands magasins et boutiques de loisirs ne montrent aucun empressement à accueillir Jean-Martial Lefranc lors de sa tournée de la France profonde. La chute vertigineuse des consoles d'Atari en 1983 est encore dans toutes les mémoires. Les revendeurs de logiciels, mieux informés, savent pour leur part que si le marché a bel et bien repris, aux États-Unis, Nintendo a pilonné Sega. Or, le nouveau géant de la console a choisi Bandai, le géant du jouet, pour accomplir sa percée en France.

Le Français Patrick Lavanant — le frère de l'actrice Dominique — a ouvert le feu dès 1987, aux commandes de sa société Audio Sound System, et sa stratégie a consisté à placer la NES dans les rayons hi-fi des hypermarchés. « Si la NES est placée dans les départements jouets, elle disparaîtra comme peau de chagrin au 1er janvier, ce qui rendra impossible la vente de logiciels, du fait de leur prix », avait expliqué Lavanant à Ron Judy, l'Américain recruté par Arakawa avec pour tâche de développer Nintendo en Europe. Lavanant est parvenu à vendre 15 000 NES au cours de l'année 1987. Judy a jugé la performance insuffisante et a finalement confié la distribution de la console Nintendo à Bandai France que dirige Bernard Prat. Lavanant n'a pas tardé à le rejoindre.

Face à cette machine de guerre, Lefranc entreprend un travail de fourmi, sous la supervision bienveillante et active de Herman, devant lequel toutes les portes s'ouvrent comme par miracle. L'argument de vente retenu est le suivant : « La Master System va vous permettre de retrouver à la maison vos jeux d'arcades préférés. » Et d'ajouter que rien qu'au Japon, Sega gère un parc de 40 000 bornes d'arcades.

Le duo Herman et Lefranc accomplit un véritable tour de force. A la fin de l'année 1988, Virgin Loisirs a réussi à écouler près de 40 000 Master System, réalisant un chiffre d'affaires conséquent de 50 millions de francs. Pour sa part, Bandai a vendu un chiffre légèrement supérieur de NES, et le chiffre d'affaires de l'activité Nintendo s'élève à 60 millions de francs. La performance de Sega est donc honorable. Inconnue un an plus tôt, la marque Sega fait presque jeu égal avec Nintendo sur le sol français alors qu'au niveau mondial, le parc de Master System est insignifiant au regard des NES. Au niveau européen, Sega se paye le luxe de dépasser légèrement Nintendo en termes de part de marché, cinq cent mille Master System ayant été écoulées. Une telle nouvelle réjouit d'autant Nakayama et Rosen que les deux compères se préparent à abattre leur carte maîtresse.

La bombe de Sega s'appelle la Megadrive[1], une console qui apparaît sur le marché japonais en octobre 1988. Alors que la NES, tout comme la Master System,

1. Baptisée Genesis aux États-Unis.

repose sur un microprocesseur 8 bits, analogue à celui qui équipait l'Apple 2 dix ans plus tôt, la Megadrive a été bâtie à partir d'un microprocesseur 16 bits, identique à celui de l'ordinateur Macintosh d'Apple. Une telle fondation permet l'écriture de jeux plus rapides avec un graphisme se rapprochant du dessin animé : la Megadrive peut afficher plus de cinq cents couleurs et permet de réaliser des effets de profondeur. Au niveau sonore, elle offre une qualité audio stéréo proche du CD. Sa deuxième force vient de ce qu'elle permet une adaptation aisée des jeux d'arcades les plus avancés de Sega. Pour en apporter la démonstration, la compagnie de Handa a elle-même adapté les plus grands succès de ses salles de jeux, tels *Altered Beast*. De façon globale, cette console 16 bits éclipse la NES en termes de capacités. Et pour s'attirer les bonnes grâces des éditeurs de jeux, Sega propose des licences de développement moins coûteuses que celles de Nintendo.

Au Japon, la suprématie de la NES est telle que l'apparition de la Megadrive passe relativement inaperçue. En revanche, David Rosen, qui a désormais ses bureaux à Los Angeles et possède six demeures dans des lieux idylliques, d'Hawaii à Beverly Hills en passant par Palm Springs, a bon espoir d'imposer la nouvelle venue sur le sol américain. Le fondateur de Sega opte pour une campagne de publicité agressive. La sortie américaine de la Megadrive en septembre 1989 se traduit par un succès encourageant : plus de 500 000 unités sont vendues au cours des quatre derniers mois de l'année.

Afin de transformer l'essai, Rosen cherche à embaucher un patron de choc, qui serait en mesure d'imposer la marque auprès des adolescents américains et de déstabiliser Nintendo. Il trouve l'oiseau rare en la personne de Tom Kalinske, président de la compagnie Matchbook International, un fabricant de jouets, et ancien collaborateur de Mattel où il a opéré pendant quinze ans.

Doté d'un physique et d'une classe à la Robert Redford avec une grande taille et des cheveux grisonnants, Tom Kalinske est un homme doux, à l'extérieur comme à l'intérieur. Quadragénaire plein d'esprit, il défend ses idées de manière posée, mais avec acharnement. Pour séduire ses interlocuteurs, cet homme au sourire étincelant n'hésite pas à parsemer sa conversation de bons mots.

Kalinske apporte à Sega of America une vision d'ensemble cohérente : il estime qu'il faut privilégier le marketing par rapport à la technologie et orienter la communication vers une population plus âgée que celle de Nintendo — les 14 ans et plus. Une agence de San Francisco, Berlin & Silverstein, prend en main une campagne dont l'essentiel du message consiste à faire passer l'idée que Nintendo appartient au passé. 50 millions de francs sont investis dans des publicités qui véhiculent une atmosphère beaucoup plus « branchée » que celle, orientée vers la famille, du numéro un de la console.

En France, la Megadrive apparaît en septembre 1990, avec en accompagnement une campagne promotionnelle en droite ligne de la direction désirée par Kalinske, et un slogan choc : « Sega, c'est plus fort que toi ». Signe d'un retournement de situation, la presse spécialisée qui, un an et demi plus tôt, accueillait Lefranc avec une condescendance apitoyée a commencé à s'extasier devant la Megadrive et réclame avec insistance des modèles en test.

Vendue 1 890 francs, la Megadrive arrive en pays conquis et le problème essentiel que rencontre Jean-Martial Lefranc est d'obtenir que les Japonais accélèrent leurs livraisons. Avec son collègue Luc Bourcier qui gère le marketing, il passe une grande part de son temps à se demander où exactement se trouve le bateau parti de Hong Kong pour la France. Au terme de l'exercice 90, le chiffre d'affaires de l'activité Sega de Virgin France s'élève à 350 millions de francs.

Au sein de Nintendo, Masayuki Uemara prépare une console 16 bits depuis plusieurs années dans le plus grand secret. Devant le succès américain de la Megadrive qui commence à inquiéter Arakawa, il est décidé d'avancer la sortie de ce nouveau modèle et Nintendo l'annonce lors du Consumer Electronic Show de janvier 1990.

La sortie japonaise de la Super NES (SNES), le 21 novembre 1990, dépasse toutes les prévisions et confirme, si besoin était, l'ampleur de la *love sîory* entre la compagnie et son public. Dans les rues du quartier d'Akihabara qui regroupe les principales boutiques d'électronique, des queues interminables se forment spontanément. De nombreux adolescents ont choisi de dormir dans la rue et ont amené sacs de couchage et réchauds à gaz afin d'attendre sagement l'ouverture des magasins. Nintendo se prépare à un nouvel ouragan — 15 millions de SNES seront écoulées au Japon. Outre les nouvelles versions de *Mario,* deux autres jeux conçus par Miyamoto, *World F Zéro* et *Pilot Wings,* vont fortement contribuer au succès de la console 16 bits. En 1991, la Super NES atteint un rythme de ventes de 5 unités à la seconde.

La situation est fort différente dans le territoire que contrôle Frank Herman : l'Europe. Les chiffres publiés par le magazine CTW en mars 1991 accordent à Sega une part de marché globale de 59 % contre 40 % à Nintendo en termes de nombre de consoles vendues : 1,6 million contre 1,1 million. Si les deux sociétés sont dans un mouchoir de poche sur le sol français, la domination de Sega est écrasante en Angleterre (77 %) et en Espagne (80 %). Pourtant, à la fin de l'année 1990, Virgin Mastertronic a jugé préférable de ne plus assurer la distribution européenne de Sega. Les contrats qui la lient à la société japonaise l'obligent à acheter son stock de consoles à l'avance. Or, étant donné l'ampleur des prévisions de vente pour la Megadrive, l'investissement représenterait près de 2 milliards de francs. Un tel engagement financier est au-delà des capacités de l'empire de Branson, la filiale aérienne, Virgin Atlantic ayant pâti de la crise du transport consécutive à la guerre du Golfe.

À partir de juin 1991, Sega assume directement la distribution de ses machines sur le Vieux Continent. À Paris, Jean-Martial Lefranc quitte Virgin Loisirs pour se lancer dans la production cinématographique. Frank Herman, en revanche, accepte de prendre la direction de Sega Europe. Il ne sait pas encore qu'il va désormais se heurter de manière directe à l'irascibilité et à l'obstination d'un Nakayama prêt à tout pour enlever des parts de marché à Nintendo.

Tom Kalinske est convaincu qu'il manque à la Megadrive le jeu mythique qui serait en mesure de tirer les ventes. Plusieurs millions de dollars ont été dépensés pour obtenir la licence de *Moon-walker,* un jeu mettant en scène le chanteur Michael Jackson, autour de l'album *Bad.* Si la manœuvre était avisée, elle n'a pas suffi à imposer la Megadrive comme la console incontournable. Au Japon, l'équipe dirigée par Yu Suzuki a produit plusieurs titres d'arcades remarquables, tels que *Power Drift, G-LOC* ou *R-360,* et travaille sur une simulation de course automobile, *Virtua Racing.* Mais il reste à créer le nouveau *Mario.*

C'est une équipe composée de quatre artistes japonais âgés en moyenne de 25 ans et opérant à l'Institut Sega de Californie qui est chargée de relever le défi. Yuji Naka est le chef de projet et Hirokazu Yasuhara le programmeur principal. Ce dernier prend fermement la résolution de créer un jeu capable de rivaliser avec les aventures du plombier vedette de Nintendo. Premier objectif : la simplicité d'usage. « *Super Mario* est un jeu à deux boutons, argue Yasuhara. Le jeu que nous allons concevoir doit se satisfaire d'un seul bouton. » Si Takashi Iizuka est chargé de concevoir les décors, la paternité du personnage va revenir à Oshima Naoto.

Le héros auquel songe Kalinske se doit d'être intelligent, rapide, brave et impatient. Plus de deux cents illustrations d'animaux et d'humains sont proposées par des dessinateurs et programmeurs de Sega Enterprise au Japon. Au bout d'un mois, la sélection est réduite à quatre personnages. Le premier est un loup vêtu d'un tee-shirt avec la bannière étoilée, le second, un bulldog habillé en cow-boy et le troisième un humain au corps en forme d'œuf, en chemise et short hawaiiens avec une planche sous le bras. C'est la quatrième création qui va temporairement faire l'unanimité : une sorte de lapin dont les oreilles peuvent s'étendre pour attraper des objets. Dans la mesure où Yasuhara entend créer un jeu

à l'action ultra-rapide, ce fils de Roger Rabbit semble devoir faire l'affaire. L'homme-œuf devient le méchant de l'histoire, Robotnik.

Pourtant, à mesure que la programmation du jeu avance, le lapin paraît inadapté à l'action; il lui manque une caractéristique à la fois drôle et impressionnante qui lui permettrait de triompher de ses ennemis. Yuji Naka se rappelle alors un personnage qu'il a imaginé plusieurs années auparavant et qui aurait la capacité de se mettre en boule avant de foncer sur ses adversaires. L'idée de transformer le lapin en hérisson jaillit. Oshima Naoto crée les contours du personnage bleu et l'affuble de chaussures de tennis rouges. En cherchant un nom évoquant la vitesse, l'un des concepteurs propose « supersonic ». Le hérisson est finalement baptisé d'un nom abrégé, *Sonic*. Sa mission dans la vie sera écologique : empêcher le Dr Robotnik de polluer la planète et robotiser les habitants. Son signe distinctif : cet hyperactif tape du pied en signe d'impatience dès que l'action semble ralentir.

Hirokazu Yasuhara programme un jeu dont l'aspect essentiel est la célérité. Défiant les lois de la gravité, Sonic s'élance dans les airs, récoltant au passage des anneaux dorés nécessaires à sa survie. Tandis qu'il évolue dans un monde où grouillent piranhas et coccinelles maléfiques, l'intrépide hérisson combat le savant fou Robotnik avant qu'il ne transforme tous les animaux de la terre en horribles monstres mécaniques. Fier, juvénile et pressé, le jovial Sonic personnifie on ne peut mieux l'image qu'entend véhiculer Kalinske autour de la marque Sega.

Le lancement du jeu au cours de l'été 1991 est précédé d'une campagne de publicité massive, afin de minimiser l'effet Super NES — que Nintendo s'apprête à lancer aux États-Unis. L'opération *Sonic* est menée de main de maître, une série de dessins animés s'étalant sur cinquante-deux épisodes étant prévue pour le printemps suivant à la télévision américaine.

Lorsque la console Super NES arrive aux États-Unis en septembre 1991, Sega of America a bénéficié d'une bonne année pour imposer la Megadrive. Celle-ci dispose donc de maints atouts. *Sonic le Hérisson* est en train de gagner le cœur des enfants et déclenche la vente de centaines de milliers de consoles. Décidé à ne pas céder un pouce de terrain, Kalinske casse le prix de la console Sega, afin de la vendre 50 dollars moins cher que la Super NES. Les programmeurs de logiciels ont eu le temps de maîtriser toutes les subtilités de la console de Sega qui dispose à présent d'un catalogue d'une centaine de jeux. Nintendo, en revanche, a tardé à publier les kits de développements pour la SNES et n'en attend au total que dix-huit avant Noël. Au début de l'année 1991, Yamauchi a durci les conditions pour les éditeurs externes en limitant le nombre de jeux qu'ils auront le droit de publier chaque année, au risque de provoquer l'ire de certains d'entre eux. Trip Hawkins, qui dirige l'édition Electronic Arts, a choisi de suivre Sega et les deux compagnies sont convenues d'un contrat de licence moins coûteux et contraignant que ceux pratiqués par Nintendo. Quatre jeux d'Electronic Arts grimpent dans le top ten des best-sellers de 1991. Kalinske a également eu la clairvoyance d'associer l'image de plusieurs vedettes sportives telles que Tommy Lasorda, Arnold Palmer et Joe Montana à ses productions.

En dépit d'un retard d'un an et demi, Nintendo rattrape le terrain perdu avec une incroyable vitalité. A la fin de l'année 1991, à en croire Howard Lincoln, président de Nintendo of America, la base installée de Super NES dépasserait déjà celle des Megadrive — 2,1 millions contre 1,6 million. Comme il se doit, Tom Kalinske conteste ces chiffres, affirmant qu'ils sont exagérément gonflés et que les résultats avancés par Lincoln concernent uniquement les ventes aux distributeurs et non pas aux clients finaux. Dans les faits, explique Kalinske aux médias, Nintendo n'a réellement vendu qu' 1 million de consoles. Or, si l'on considère que Sega a écoulé 1,4 million de Megadrive durant la même période, sa base installée totale s'élève à 2,3 millions de consoles. « Les consoles de Nintendo s'empilent sur les étagères alors que les Megadrive partent toutes seules »,

confirme Sean McGowan, un analyste financier de l'industrie des jouets.

La guerre des communiqués fait rage, chaque compagnie brandissant ses enquêtes à l'appui de ses déclarations. Une étude menée par Sega fait ressortir que sept enfants sur dix préfèrent *Sonic* à *Super Mario World*. De manière feutrée, Howard Lincoln reconnaît que le camp Sega a produit là un jeu suffisamment bon pour établir une concurrence non négligeable.

Pour Sega, l'année 1991 se termine par un revenu de 1,4 milliard de dollars en progression de 50%, et un bénéfice avant impôt de 21 millions de dollars en progression de 43 %. Nintendo demeure largement numéro un avec un chiffre d'affaires mondial de 4,7 milliards de dollars. La compagnie, qui contrôle encore 90 % du secteur mondial des jeux vidéo, supplante désormais Toyota au classement des entreprises japonaises les plus performantes, alors qu'elle n'emploie que cinq mille personnes dans le monde — dont huit cent cinquante au Japon (le dixième de Sony). La communauté financière ne manque pas d'être secouée lorsqu'elle apprend qu'avec le milliard de dollars de bénéfices avant impôt, la société de Kyoto a fait mieux que la totalité des studios de production cinématographiques américains. Mais Sega, la compagnie qui n'était qu'un grain de poussière par rapport à Nintendo quatre ans plus tôt, peut désormais inquiéter le géant.

1992 demeurera l'année de l'apogée pour Sega. Kalinske intensifie son offensive en matière de prix et de marketing et sa stratégie fait mouche. Le best-seller *Sonic* est désormais proposé en standard avec la Megadrive. Pour les adolescents, posséder cette console devient le signe distinctif qui fait la différence. Au sein d'une population versatile où les princes peuvent être déboulonnés en un éclair, avec la capacité de propagation sismique qu'offrent les cours de récré, posséder une console Sega apparaît comme le *nec plus ultra*. Kalinske a réussi à créer la dualité rêvée, celle qui établit une subtile distinction entre le branché et les autres.

Inquiète par cette montée du phénomène, Nintendo of America commande une étude auprès de Market Data Corporation qui confirme la percée de la Megadrive auprès des adolescents tout en indiquant une potentielle baisse d'intérêt de la part des enfants pour les jeux — aux États-Unis, 40 % des acheteurs de la Megadrive ont plus de 18 ans. La présence des bornes d'arcades, qui représente encore 43 % des revenus de Sega, représente une vitrine de choix pour les jeux de la console 16 bits, d'autant que la compagnie de Haneda lance nouveauté sur nouveauté : *Virtua Racing, Rad Mobile, R-360, After Burner*... Tous ces titres marquent le consommateur par leurs prouesses techniques, l'image de Sega étant conséquemment associée à une indiscutable avance sur le plan de l'ingénierie. Sega figure même dans le trio de tête des marques préférées des adolescents, avec Nike et Levis.

Après avoir conquis les kids de l'Amérique, *Sonic* envahit l'Europe. Comme à l'accoutumée, l'Angleterre est la première à succomber au charme du hérisson — 400 000 cartouches sont prévendues avant la sortie officielle. Un 1,5 million d'exemplaires seront écoulés sur le sol européen en deux ans. En France, les filiales de Nintendo et Sega effectuent des dépenses en publicité sans précédent. Nintendo consacre 120 millions de francs à la promotion de ses consoles, soit le budget marketing d'une grande compagnie d'assurances française. Chez Sega, l'investissement relatif à la campagne promotionnelle (avec le film *Le Punk)* s'élève à 165 millions de francs — la Française des Jeux est le seul annonceur à rivaliser. La décision d'entamer de telles dépenses vient directement de Haneda, Nakayama n'ayant qu'une idée en tête : dépasser Nintendo coûte que coûte. Frank Herman avoue qu'il manque d'avoir une attaque du cœur lorsqu'il doit signer certains chèques. Près de 700 millions de francs sont alloués au marketing européen, soit un dixième du chiffre d'affaires. Inquiet des conséquences d'une telle politique, Oncle Frank tente à plusieurs reprises de tirer la sonnette d'alarme et de prêcher une gestion plus rigoureuse.

Mais l'expansion, loin de rendre Nakayama plus serein, a amplifié son caractère hautain et obstiné. Lors de réunions avec des clients étrangers, il cultive un protocole que n'auraient pas renié les empereurs. Bien qu'il parle couramment l'anglais, il s'exprime désormais uniquement en japonais, l'un des directeurs de la compagnie jouant le rôle d'interprète. Le maître après Dieu maintient ainsi une distance envers ses interlocuteurs qui lui permet de mieux se retrancher derrière ses vues figées. Il pratique également des punitions exemplaires au vu et au su de tous. Lors d'une réunion à laquelle assistent cent cinquante employés du groupe, l'un des cadres supérieurs se voit publiquement désavoué et rétrogradé, avec une sévérité qui laisse de glace chaque participant. Détail typique, Nakayama se déplace dorénavant hors du Japon avec un cobaye, qui goûte tous ses plats.

Pourtant, Nakayama n'est pas obtus et il s'organise déjà en vue d'une contre-attaque qu'il prévoit rude de la part du leader mondial. Tout comme Yamauchi, Nakayama déplore le manque de créativité des éditeurs, prévoyant que les adolescents se lasseront tôt ou tard des simulations de courses automobiles et de combats. Il soumet donc ses collègues à de vigoureux *brainstorrnings :* « La compétition sera de plus en plus forte. La créativité va s'émousser. Les jeux vont devenir ennuyeux. Que comptez-vous faire ? »

Pour le président de Sega Enterprise, la solution consiste à créer des produits difficiles à plagier, tels que des parcs à thème exploitant la Réalité Virtuelle, des « *rides* » (films dont la projection est associée à des sièges dynamiques), développés en collaboration avec le spécialiste en image de synthèse, Martin Marietta, des programmes pour la télévision numérique... Il signe par ailleurs des accords avec des géants du multimédia tels que AT&T, Time Warner, Walt Disney, Hitachi et Microsoft. Enfin, le président de Sega n'hésite pas à rompre avec la tradition japonaise qui veut que l'on s'attache pour la vie à son entreprise. Dans son désir d'attirer les meilleurs talents vers Sega, il se transforme en chasseur de têtes et débauche sans vergogne les cadres de sociétés externes. Parmi les beaux poissons figurent Shoichiro Irimajiri, un cadre de 54 ans de Honda Motor, une compagnie dans laquelle il aurait tôt ou tard pris la présidence. Le nouvel arrivant se voit assigner le rôle de transformer la compagnie en une organisation plus mature, mais capable de conserver sa flexibilité.

En l'espace de trois ans, Sega a multiplié ses revenus par cinq et a triplé le nombre de ses employés — cinq mille deux cents en 1993. À cette époque, selon Goldman Sachs, elle domine le marché des consoles 16 bits en termes d'unités livrées en Europe (59 %) comme aux États-Unis (51 %), Nintendo ne conservant sa domination qu'au Japon (78 %) et dans des pays tels que la France, où malgré la vente de près de 3 millions de consoles, la part de marché de Sega se limite à 40 %, Bandaï affichant un chiffre d'affaires deux fois plus élevé que sa rivale : 2,1 milliards de francs.

Globalement, Tom Kalinske a réussi son pari. Au niveau mondial, *Sonic* est devenu une star et son effigie est déclinée sur les produits les plus divers. McDonald associe le hérisson en peluche à la promotion de ses plateaux repas, Coca-Cola l'appose sur les canettes anglaises de la boisson Fanta, Nikko propose une voiture jouet à son emblème, Howard Johnson le place sur les boutons qu'il offre à ses clients, Quaker Oats propose une montre *Sonic,* etc. Le coup de grâce pour Nintendo intervient au début de l'année 1993 lorsqu'un magazine effectue un sondage à l'échelle continentale afin de déterminer quels sont les personnages jouissant de la meilleure notoriété aux États-Unis. Si une fois de plus *Mario* s'avère plus populaire que Mickey Mouse, *Sonic le Hérisson* devance chacun des deux et termine troisième derrière Arnold Schwarzenegger et Michael Jackson !

Pourtant, Sega se prépare à des réveils douloureux car, comme ne cesse de le clamer Oncle Frank sans jamais rencontrer d'écho à Haneda, les filiales euro-

péennes mènent un train de vie excessivement élevé, avec des budgets de marketing hypertrophiés. Et un troisième larron, du nom de Sony, se prépare à entrer dans l'arène.

CHAPITRE 7

SIM CITY LA VILLE, MODE D'EMPLOI

Au commencement se trouve un terrain désertique, escarpé et bosselé, avec ici et là quelques lacs naturels, collines et forêts. La petite plaine enfouie dans une cuvette au bord de la rivière sinueuse paraît un emplacement apte à accueillir une communauté. Ici, nous bâtirons une ville.

En tout premier lieu, il est nécessaire d'installer une centrale de production d'énergie. Doit-on opter pour un barrage hydro-électrique, de coût modéré mais de faible puissance ? Pour une station à base de charbon, plus efficace mais dont les fumées noires risquent à terme de recouvrir les bâtiments de suie ? Pour une autre à base de pétrole, plus fiable mais de nature à grever le budget si les cours s'envolent? Pour l'heure, la décision paraît sans conséquence et l'espace s'apparente encore à un Eden virginal. Mais tôt ou tard, elle sera lourde de conséquence.

Une fois la production d'énergie assurée, il s'agit de drainer celle-ci vers les points névralgiques de la future cité. Délimitons des zones d'habitation denses ou clair-semées, d'autres destinées à l'établissement de centres commerciaux et d'autres encore réservées à l'installation d'industries. Le temps de relier la fée Électricité à ces bâtiments, de dessiner un embryon de réseau routier et l'agglomération prend forme. Peut-être commençons-nous à regretter de n'avoir pas dessiné les voies d'accès avant d'installer les lignes de haute tension car le che-

minement des pylônes entrave ou complique certains embranchements. Mais il est trop tard pour revenir en arrière. Nous sommes pris dans le cycle infernal de *Sim City*. Rien ne sera épargné à celui qui tient le rôle de maire.

Si la nouvelle ville est attractive, des habitants — appelés *Sims* — viennent s'y établir en vue de fonder une famille, développer une activité de commerce et créer des usines. Toute erreur de conception est en revanche sanctionnée par la désolation de voir la centrale tourner à vide, n'alimentant que des zones faiblement peuplées. Faute d'une affluence conséquente, il peut être nécessaire de pratiquer une imposition particulièrement faible. Avec un peu de chance, quelques centaines de *Sims* viennent peupler les terres. Spontanément, des immeubles surgissent de terre, entreprises et centres commerciaux apparaissent. La population compte bientôt un millier d'âmes. L'aménagement d'un port maritime et de ponts suspendus grève le budget municipal mais facilite les échanges avec l'extérieur. La petite ville ne tarde pas à s'animer et dépasse les trois mille habitants.

La cité s'apparente bientôt à une ruche, à charge pour le maire de régler les affaires urgentes : réparer une route, un tronçon de voie ferrée ou un poteau électrique, aménager un château d'eau et les canalisations adéquates. Il faut également tenter de comprendre pourquoi l'électricité n'arrive pas à tel endroit, pourquoi les embouteillages se produisent près du quartier des affaires et résoudre ces problèmes un à un, sans céder à la panique, souvent mauvaise conseillère.

Tous les ans, un sondage d'opinion publié dans le journal local fait écho aux préoccupations des *Sims*. Les nouveaux habitants réclament une école, une police, des squares, une gare, de nouveaux accès routiers vers les villes adjacentes, etc. Ils expriment également leurs doléances. Pourquoi les boutiques sont-elles si éloignées des centres d'habitation? Ne faudrait-il pas construire davantage d'espaces verts? Ne pourrait-on mettre en œuvre des énergies moins polluantes ? Construire toutes les infrastructures demandées pèserait lourd sur les finances de la municipalité. Or, dans le même temps, les commerçants réclament une baisse de la TVA.

Que faut-il faire? Maintenir les taxes au plus bas et recourir à l'emprunt? Ou augmenter les impôts au risque de voir les industries se délocaliser? Il n'existe pas de solution miracle. Mais gare au désœuvrement qui pourrait découler du départ des industriels, car il s'ensuit une croissance de la criminalité. Faut-il alors augmenter les fonds de la police et construire une prison comme le réclame à cor et à cri le commissaire local ou bien miser sur des écoles et programmes de bénévolat, suivant en cela le conseil du responsable de l'éducation? Une chose est sûre : à trop écouter les conseillers municipaux qui réclament toujours plus d'investissements, la ville peut se retrouver en faillite, croulant sous des emprunts qu'elle ne parvient plus à rembourser. Et si les finances sont dans le rouge, la municipalité n'est plus à même d'assurer la remise en état de la dégradation des voies ou des canalisations.

Chaque solution à un problème en soulève d'autres et les erreurs peuvent coûter cher. Acheminer l'électricité jusqu'aux immeubles en bordure du lac s'apparente à un puzzle chinois. Une route ou un pont dont on a négligé la réfection empêche le passage des pompiers le jour où un incendie se déclenche, provoquant la destruction d'une partie de la ville. Pour couronner le tout, la centrale électrique construite cinquante ans plus tôt rend l'âme et plonge la ville dans l'obscurité.

La situation du maire de *Sim City* ne sera jamais de tout repos. Il lui faudra en permanence jongler avec une équation de plus en plus complexe à mesure que le temps s'écoule. Elle inclut le développement d'une ville où il fait bon vivre avec ses parcs, musées et salles de spectacles, le maintien d'une activité économique florissante, le financement des services sociaux (police, pompiers, écoles, hôpitaux, transports publics) sans oublier la gestion zélée et prompte des catastrophes naturelles ou non (tornades, inondations, émeutes...).

Sim City est l'un des jeux les plus prenants jamais

inventés. Il est aisé de passer des jours entiers à surveiller le développement d'une microsociété et d'en perdre la notion du temps réel. Par essence, le jeu n'a jamais de fin. La ville que l'on a pu créer en remontant au début du siècle continue d'évoluer avec son lot d'imbroglios en tout genre en 2050. Certains joueurs persistants ont patiemment bâti de véritables mégalopoles peuplées de centaines de milliers d'habitants avec aéroports, autoroutes et métros souterrains. D'autres choisissent d'abandonner régulièrement leurs créations pour repartir à zéro, depuis le désert, afin de découvrir comment se comporterait une ville bâtie à flanc de coteau, au bord d'un fleuve ou dans les montagnes, en s'efforçant de ne pas répéter les erreurs perpétrées lors de précédents efforts. Mais inévitablement, ils commettent d'autres bévues irréparables. Quoi qu'il en soit, ils enrichiront leur perception de la gestion urbaine. Car il est impossible de jouer à *Sim City* sans apprendre quelque chose au passage.

Tous les maires devraient de temps à autre se livrer à une partie de ce jeu démoniaque. Peut-être acquerraient-ils avec le temps un plus grand recul quant à la gestion de la région dont ils ont la supervision. Et l'on serait même tenté d'inviter tous ceux qui aiment à donner des conseils en matière d'urbanisme (« si c'était moi qui dirigeais la ville, je n'aurais pas agi comme cela... ») à soumettre leur supposée sagesse à une session de *Sim City*. Ils en ressortiront plus humbles et enrichis d'une meilleure compréhension de cet invraisemblable imbroglio.

Si le jeu interactif manquait d'une respectabilité, *Sim City* de Maxis la lui a apportée. Lorsque la plus grande agence de renseignement américaine, lorsque l'un des plus grands fournisseurs de pizzas à domicile et les maires de plusieurs villes du monde affirment utiliser un jeu afin de mieux pouvoir opérer dans leurs affaires courantes, il est clair qu'une étape a été franchie. À la grande surprise de son créateur qui n'en attendait pas tant...

« Ce que j'aime, c'est montrer combien des choses qui se trouvent tout près de nous peuvent être intéressantes, déclare Will Wright. Les gens négligent souvent ce qui se passe autour d'eux du fait que les choses se déroulent trop rapidement ou trop lentement pour qu'ils puissent en observer la logique. J'aime déclencher un changement de point de vue par rapport à une ville, une planète, un écosystème... »

Prenez un surdoué scolaire doté d'une capacité d'assimilation des mathématiques et des sciences qui dépasse l'entendement, une tendance à reproduire le monde qui l'entoure sous forme de maquettes, ajoutez une pincée de science-fiction pour enrober son intellect de fantaisie, collez-lui insidieusement un Apple 2 dans les mains, mélangez le tout et vous obtenez... le créateur de la première simulation urbaine. Un logiciel d'une tentaculaire complexité, intellectuellement épuisant, mais infiniment grisant.

Dans l'imagerie populaire, il est courant de représenter le savant fou devant un tableau noir criblé d'équations à onze inconnues, avec leur lot de signes cabalistiques. Or, pour certains individus tels que Wright, de tels hiéroglyphes sont devenus dès l'enfance un langage familier, d'autant plus engageant que ces suites de logarithmes, delta et racines cubiques se traduisaient en forces, contre-poussées, vitesse de réaction d'un mélange détonant, résistance au vent d'un fuselage, démultiplication du travail de roues motrices articulées. Né au début du siècle, Will Wright aurait construit des avions. Vers la fin des années cinquante, il aurait rejoint la NASA. Mais Will est né en janvier 1960 et à l'âge de sa maturité, il va déchaîner son incroyable maturité à malaxer les formules mathématiques dans un genre qu'il va contribuer à inventer : la simulation de macrophénomènes sur ordinateur.

Les sources de loisirs sont rares sur la colline boisée d'Atlanta en bas des montagnes Appalaches où Wright passe sa prime jeunesse. Avec sa petite sœur, les relations tournent rapidement au pugilat. Alors, l'Einstein junior s'amuse à traduire tout ce qu'il découvre dans les livres sous forme d'objets qu'il bricole avec patience.

Qu'il soit intrigué par l'architecture et le voilà qui s'amuse à élaborer des maquettes de villages avec leurs routes, arbres et fermes sans oublier les aqueducs et systèmes de canalisation. Qu'il s'intéresse aux avions et il s'acharne à bâtir des répliques de *Wright-Flyer*, avec les composants détaillés d'un tel engin. Après la disparition de son père en 1969, Will part avec sa mère et sa petite sœur en Louisiane. Sur cette terre où l'on parle cajun, il se lie d'amitié avec un autre savant en culottes courtes qui partage le même dada : bâtir des reproductions de vaisseaux, tanks et forteresses. Au cours de leurs expériences, les deux apprentis chimistes manquent de brûler le garage du voisin, l'une de leurs mixtures possédant la propriété de s'auto-enflammer à la suite d'une lente réaction en chaîne. « Lève-toi et cours ! » criera madame Wright, paniquée, réveillant en pleine nuit le laborantin improvisé pour le prévenir de l'imminence d'un incendie. Les coupables de cette frayeur collective en seront quitte pour nettoyer au gant de crin les traces carbonisées de leur méfait involontaire.

Mais le monde réel semble incapable de satisfaire l'appétit d'aventures du jeune Will. L'extravagance et l'évasion, il va les trouver dans les romans de science-fiction, ceux d'Asimov, mais aussi ceux d'un écrivain polonais, Stanislaw Lem, dont les œuvres mélangent de manière remarquable la complexité scientifique avec un univers furieusement déjanté où les machines et robots, hors de contrôle, mènent la danse au grand dam d'humains dépassés par les événements. Dans bien des situations, seuls les experts en mathématique du plus haut niveau peuvent trouver une solution aux complications de l'existence....

« Vous avez comploté contre la Couronne et la vie de notre bien aimé souverain Krool. [...] Pour ce crime, vous serez écartelés, empalés, cloués au pilori, éventrés, enterrés vivants, crucifiés et brûlés en place publique, suite à quoi vos cendres seront mises sur orbite à titre d'avertissement pour tous ceux qui seraient tentés de devenir régicides, amen.

— Attendez un moment, demande Trurl. Nous attendons une lettre...

« Sur ces entrefaites, le ministre des Postes pénètre dans la cour en tenue de cérémonie, extrait une lettre d'un cartable saphir et le tend au garde des Sceaux, avant de se désintégrer en une poudre fine. La missive fait alors ressortir que Sa Majesté est forcée de négocier avec l'ennemi, car les deux accusés ont employé d'infâmes techniques d'algorithme et d'algèbre pour le capturer. Faute de se plier aux demandes des conspirateurs, Sa Grandiose Souveraineté ne pourra jamais être reconstituée en une même entité. »

Cet extrait d'une nouvelle de Stanislaw Lem, *Krool*, est typique de ce qui peut exercer un attrait sur le fantasque Will. Dans cette histoire, le roi n'est lui-même qu'une machine opérant à partir d'une conception mathématique du plus haut niveau. Afin d'échapper à l'emprise d'une planète où ils sont retenus prisonniers, Trurl et son compagnon mettent à plat les équations, intégrales et polynômes qui régissent le comportement du souverain. Ils s'appliquent alors à construire une bête reposant sur une série de formules à base de racines de nombres irrationnels, expressions booléennes et coefficients logarithmiques, à même de neutraliser le *modus operandi* du monarque.

De telles sagas mêlant admirablement mathématiques, humour et onirisme viennent hanter les rêves du jeune bâtisseur, ouvrant des horizons sans bornes. Will se métamorphose en roboticien et dépense son argent de poche dans les pièces détachées, éléments de mécano, circuits et bras hydrauliques favorisant la conception d'androïdes contrôlés par ondes radio. Ce violon d'Ingres régulièrement nourri par la lecture d'œuvres de Lem, telles que *The Futurogical Congress* ou *A Perfect Vacuum*, va l'accompagner jusqu'à la fin d'une scolarité supérieurement brillante.

Wright entre à l'université à l'âge de 16 ans. Touche-à-tout, l'étudiant barbu au visage anguleux étudie l'ingénierie mécanique, l'aviation et l'architecture sans jamais obtenir un diplôme dans une seule de ces disciplines, sa

trop grande curiosité le déportant chaque année vers un nouveau sujet, une nouvelle lubie. Seule demeure intacte et immaculée sa vive affection pour la robotique, stimulée par l'épopée de *Star Wars*. Il construit des modèles de plus en plus sophistiqués et songe à en faire une profession.

À 19 ans, Will Wright est à New York où il vit confortablement grâce aux subsides que procure le fonds de gestion de l'héritage paternel. Jusqu'alors, l'homme qui bâtit des robots n'a jamais accroché à l'informatique. Les cours qu'il a suivis à l'université étaient propices à de longs bâillements et alourdissements de paupières. Il est vrai que l'ordinateur central de l'université de Louisiane n'avait rien pour exalter l'esprit d'un intellect futuriste. Ce modèle ancien était alimenté par des cartes perforées et renvoyait ses résultats plusieurs heures plus tard : interactivité zéro. Mais Wright découvre alors l'Apple 2. Cette petite machine est différente du vieux mastodonte, elle dispose d'un écran et d'un clavier et réagit au quart de tour à ses sollicitations. Un tel micro-ordinateur serait parfaitement adéquat pour piloter les robots de sa confection. La chance veut que l'un de ses amis ait pour coutume d'acheter de vastes quantités d'Apple 2 qu'il métamorphose en ordinateurs spécialisés pour les cabinets de médecins. Wright achète ainsi son premier modèle, à un prix cassé.

Pour se faire la main, le roboticien acquiert un premier jeu, *SS1*, un simulateur de vol de Sublogic. Wright est terrassé par ce qu'il voit : d'une manière crue mais néanmoins réaliste, le logiciel reproduit le comportement d'un avion ! Sa stupéfaction est telle que pendant plusieurs semaines il s'adonne à toutes sortes de jeux informatiques. Chemin faisant, des éclairs se produisent dans son raisonnement. La simulation sur ordinateur et la robotique forment une même discipline, répondant aux mêmes problématiques. Il est possible de bâtir un androïde mécaniquement parfait, mais la partie la plus critique demeure le logiciel qui animerait l'être de métal. Avant de pouvoir prendre de bonnes décisions, un robot doit être en mesure de se représenter le monde dans

lequel il évolue. Il faut donc lui intégrer un logiciel de simulation de l'environnement extérieur.

Pour se familiariser avec la programmation de l'Apple 2, Wright développe de petits jeux sur son micro-ordinateur et réalise qu'il peut donner libre cours à sa folle inventivité. Il en a presque oublié les robots et sa vie ressemble à celle du « *nerd*[1] » moyen. Will fait alors la connaissance d'une jeune artiste blonde, qui excelle dans la peinture abstraite. Joell déteste les ordinateurs, mais comme lui, mène un mode de vie décalé, indifférente aux horaires ou aux saisons, entièrement vouée à la matérialisation d'un imaginaire non figuratif sur la toile. Ces deux-là sont faits pour s'entendre. Le couple part s'installer pour la Californie dès 1981. Will Wright juge qu'il peut gagner sa croûte en écrivant des jeux. Et comme la gamme des titres disponibles pour l'Apple 2 est déjà riche, il démarre l'écriture d'un logiciel pour un nouvel ordinateur : le Commodore 64.

Le premier titre réalisé par Wright, *Raid on Bungling Bay*, est un « *shoot-them-up* » — littéralement : « tirez sur tout ce qui bouge », dont le scénario ne fait pas dans la dentelle. Le joueur qui pilote un coucou survole un archipel et doit lâcher des bombes sur les îles. Mais *Raid on Bungling Bay* se montre d'un étonnant réalisme, son auteur ayant réalisé les décors et programmé le comportement de l'aéroplane avec toute la méticulosité dont peut faire preuve un constructeur d'automates. Dès sa première visite chez un éditeur, Broderbund, Wright repart avec un contrat en poche et une avance sur recettes conséquente.

Le virus de la simulation est en train de s'insinuer. Lors du développement de *Raid on Bungling Bay*, Wright a écrit un programme permettant de dessiner des îles. Bien malgré lui, le programmeur ne peut s'empêcher de bonifier ce logiciel ; il trouve un malin plaisir à représenter les terres émergées dans leur moindre détail :

1. Nerd : expression en vogue aux États-Unis pour désigner les fanas d'informatique qui passent le plus clair de leur temps devant un micro-ordinateur.

végétation, littoral, palmiers, sentiers, fougères... Au fond, se surprend-il à penser, dessiner de tels terrains est beaucoup plus drôle que de les bombarder. La phase suivante consiste à peupler ces paysages de voitures, de charrettes et d'autochtones. Tôt ou tard, la même pulsion qui l'amenait à vouloir animer des robots se réveille : il serait formidable de donner vie à ces décors en intégrant dans son programme les équations mathématiques sur lesquelles repose réellement chaque élément !

Une nouvelle de Stanislaw Lem va jouer le rôle de déclencheur. Wright dévore alors les nouvelles d'une série intitulée *Cyberiad,* dans laquelle l'auteur polonais met en scène des civilisations à base de simulations et robots. L'une des histoires, *The Seventh Sally,* interpelle tout particulièrement Wright. Des robots envahisseurs qui sillonnent la galaxie découvrent un ancien tyran chassé de sa planète et exilé sur un astéroïde. Les robots se prennent de compassion pour le dictateur déchu et lui construisent une étrange boîte assortie de boutons sur ses parois externes. À l'intérieur de ce coffret évolue une civilisation. Il suffit au vieil homme de manipuler les molettes pour déclencher les événements les plus divers : fonte des neiges, épanouissement d'une forêt, raréfaction des ressources en eau, coup d'État, expansion industrielle ou guerres sanglantes... Wright réalise alors qu'il a trouvé là le thème de son prochain jeu. Il va créer l'équivalent informatique d'une telle boîte, un logiciel qui permettra de changer à volonté le cours des choses au sein d'une communauté. *Sim City* est à l'horizon.

Le programmeur se transforme en rat de bibliothèque et se plonge dans des écrits traitant de la gestion urbaine, de la planification des cités et autres thèmes connexes, et plus particulièrement sur les traités qui modélisent de tels éléments sous forme mathématique. Pour surmonter l'aridité de telles lectures, il s'emploie à simuler tout ce qu'il absorbe sur son Commodore 64. Une gigantesque base d'informations prend forme. Les ponts d'autoroute empêchent la circulation fluviale, mais ont un coût moindre que les ponts renforcés. Une pompe hydraulique

installée sur des terres sèches ne pourra pas toujours satisfaire la demande selon les conditions météorologiques. Le développement de transports en commun peut désengorger la circulation aux abords du centre ville. L'adoption d'un règlement en faveur de l'embellissement de la ville va développer le tourisme. La moindre donnée est transformée en règle programmée, et le sujet devient diablement attachant. Afin d'amplifier son caractère réaliste, Wright introduit un paramètre modulable par l'utilisateur : le déclenchement aléatoire de désastres naturels ou non. Ceux-ci forceront le maire à trouver en toute hâte des solutions à de terribles catastrophes : écroulement d'un pont, explosion d'une centrale, inondations, incendie de monuments... La simulation urbaine devient chaque jour plus envoûtante.

La première version de *Sim City* est terminée en 1985. Will Wright se rend chez Broderbund afin de présenter son insolite création à Gary et Doug Carlston. Les deux fondateurs de l'édition californienne trouvent l'idée intéressante mais sans plus. Gary lui reproche une chose essentielle :

— Ce n'est pas un jeu. On ne peut jamais gagner ni perdre !

— Là n'est pas le but, argue Wright. Ce qui importe, c'est que les joueurs puissent mesurer de manière immédiate l'impact de leurs décisions.

— C'est invendable. Tel quel, cela ne marchera jamais.

— Mais Gary, il faut sortir de la logique simpliste « gagner ou perdre ». Il y a place pour des jeux plus ambitieux.

— Désolé, Will, mais l'univers ludique repose sur des règles immuables. Il faut faire évoluer *Sim City* dans un sens plus conventionnel et donner un défi au joueur.

Pendant près d'un an, *Sim City* fait des allers et retours entre l'appartement de Wright et Broderbund. Inlassablement, le programmeur s'entend dire : « Ce n'est pas encore cela! » Il tente parfois d'adapter son œuvre en fonction des critiques émises par Gary Carlston, mais le cœur n'y est pas. Devant le manque

d'enthousiasme manifesté de part et d'autre, le projet *Sim City* est finalement abandonné.

Découragé et abattu, Will prend une année sabbatique pour s'occuper de sa fille qui vient de naître. S'il peut se permettre un tel luxe, c'est en raison des royalties qu'il continue de percevoir sur les ventes de *Raid on Bungling Bay*. Broderbund vient de publier au Japon une version de ce jeu adaptée à la console NES de Nintendo et 750 000 cartouches ont trouvé acquéreur.

Vers le début de l'année 1987, Will Wright prend l'habitude de se rendre aux soirées organisées le samedi soir par le gérant d'une boutique d'informatique à Stanford. Entre deux pizzas, les hôtes sont invités à présenter les logiciels qu'ils ont pu créer.

Wright effectue un soir une démonstration de *Sim City*, ce programme auquel il ne croit plus. Dans l'assistance, un être filiforme aux cheveux en bataille se précipite sur lui, totalement surexcité.

— C'est dingue ! Je n'ai jamais rien vu de pareil !... Il faut absolument publier ce jeu.

— Vraiment? gémit Wright. Moi, je l'ai laissé tomber.

— Mais vous avez de l'or en barre ici. Les gens vont adorer cela !

— Pensez donc... Seuls les architectes peuvent jamais s'intéresser à un tel programme.

— Vous vous trompez. Vous tenez là un produit de massmarket !

— Mais qui êtes-vous au juste ?

— Je m'appelle Jeff Braun et je dirige une édition de logiciels.

La compagnie que dirige le jeune échevelé a produit *Calligrapher*, un ensemble de polices de caractères d'imprimerie pour l'ordinateur Amiga de Commodore. L'entrepreneur enthousiaste n'a alors qu'un rêve : diffuser des applications ludiques pour les adultes.

L'ambition de Braun remonte à un coup de foudre éprouvé quelques mois plus tôt pour un titre publié par Activision, *Little Computer People*. Les auteurs de ce jeu, David Crâne et Rich Gold, ont imaginé qu'un personnage vivait à l'intérieur de l'ordinateur. Sur l'écran, il était possible de le voir vaquer à ses activités journalières dans une maison, à charge pour l'utilisateur du logiciel de le nourrir et lui accorder un peu d'attention. Faute de tels soins, le petit individu devenait triste et pouvait se plaindre amèrement d'une telle négligence. Braun, après avoir alimenté l'olibrius pendant un certain temps, s'était demandé ce qui pourrait se passer s'il l'affamait totalement. Il avait découvert qu'au bout du compte, le malheureux expirait, non sans avoir hurlé sa détresse, frappant désespérément l'écran pour qu'on le nourrisse. Mais ce qui avait le plus étonné Braun, c'est que ses collègues de bureau ne cessaient de s'apitoyer sur le sort du pauvre homme et d'aller le nourrir, en dépit de tous les avertissements placés sur l'écran de son Amiga. Il en avait déduit qu'un logiciel simulant la vie pouvait bel et bien engendrer un impact émotionnel. D'où son enthousiasme en découvrant *Sim City*.

Jeff Braun et Will Wright mettent en commun leurs fonds afin de créer une nouvelle compagnie, Maxis. Le programmeur reprend le travail et adapte *Sim City* sur les ordinateurs Amiga de Commodore et Macintosh d'Apple. Au bout de quelques mois, il supervise une équipe de cinq développeurs, travaillant pour la plupart chez eux. Les réunions de travail sont organisées dans la partie inférieure du duplex de Jeff Braun qui s'est installé un bureau au premier étage.

Les deux versions de *Sim City* sont achevées au début de l'année 1989, à une époque où Braun et Wright ont épuisé la trésorerie de Maxis. Le programmeur a alors l'intuition de retourner voir Broderbund afin de présenter ces nouvelles moutures.

Gary Carlston n'est toujours pas convaincu des chances de succès de *Sim City*. Il reconnaît toutefois qu'un potentiel existe désormais, le public du Macintosh étant composé en majorité d'adultes. Mais comment spéculer sur les chances d'un programme ne ressemblant à rien de ce qui a été lancé auparavant ? Au final, Carlston indique que Broderbund est prêt à distribuer le produit, mais que Maxis devra en assurer l'édition.

Quelques semaines après la sortie du logiciel, une double page apparaît dans *Time Magazine*. Pour la première fois de son existence, l'hebdomadaire consacre un article à un jeu informatique. *Sim City* est décrit dans des termes enflammés, le journaliste parlant d'une révolution, d'une expérience à ne rater sous aucun prétexte, un enfer délicieux dont il est impossible de s'échapper une fois que l'on a cédé à la tentation.

La répercussion est immédiate. Du jour au lendemain, les distributeurs harcèlent Broderbund afin d'obtenir des copies de *Sim City*. Maxis, qui opère encore dans l'appartement de Braun, voit chaque matin venir des coursiers qui embarquent des centaines de boîtes empilées dans les couloirs. Avant la fin 1989, le logiciel de Maxis est devenu un mégahit avec 100 000 exemplaires écoulés. Sur la demande de Broderbund, Jeff Braun recrute un jeune programmeur lycéen, Ed Kilham[1], afin qu'il adapte le jeu sur l'IBM PC.

Wright découvre avec étonnement que la plupart des utilisateurs font preuve d'une même réaction lorsque le jeu leur est présenté. Ils chargent l'une des villes prédéfinies fournies avec le logiciel et cliquent sur le premier bouton, qui est celui d'un bulldozer. Puisqu'il faut bien commencer quelque part, ils se mettent à fracasser quelques immeubles. Ils ont la surprise de constater que la cité réagit en conséquence : l'éboulement a provoqué un embouteillage, ce qui déclenche l'arrivée des pompiers et des secours. Ils se rendent alors compte que ce logiciel réagit à leurs actions. Passée cette découverte, ils se mettent à construire des édifices, tracer des routes, acheminer l'électricité. Ils passent des heures à gérer leur ville, et dans les jours qui suivent, ne parlent plus que de cela.

Quelques semaines avant la parution de l'article de *Time*, Bruno Bonnell participe à une soirée à l'occasion du CES, un salon consacré à l'électronique de loisirs qui se tient à Las Vegas. Le fondateur d'Infogrames traverse une période houleuse, l'édition lyonnaise étant au bord du dépôt de bilan. Accoudé à une machine à sous, un spécialiste informatique parle à Bonnell d'un curieux simulateur de ville qu'il a eu l'occasion d'observer sur un Commodore 64 et qui serait en cours d'adaptation sur Macintosh : *Sim City*. Sans qu'il sache réellement pourquoi au juste, le fringant Lyonnais est attiré par ce titre. Quelques jours plus tard, il se rend à Orinda en Californie, pour rencontrer Jeff Braun. La démonstration qu'effectue Wright le laisse pantois. Mais comment être sûr du potentiel d'un jeu qui ne ressemble à rien de connu ?

De retour en France, Bonnell distribue *Sim City* à ses équipes d'évaluation et ne tarde pas à être rassuré. Lorsqu'il revient le lendemain, les superlatifs fleurissent aux lèvres de joueurs accros qui ont passé la nuit entière devant leur Macintosh sans pouvoir s'arrêter. Bonnell rappelle alors Jeff Braun et l'informe qu'il saute dans le premier avion.

Un contrat de distribution européenne est signé sur le coin d'une table, au bord d'une piscine. Le Français exige un contrat de distribution exclusive couvrant l'Europe entière sur cinq ans.

— Je ne peux absolument pas vous payer la moindre avance, jette Bonnell, un soda à la main. Mais je m'engage à pratiquer un marketing offensif.

Braun se laisse convaincre par ce visiteur résolu et accepte les conditions qui lui sont proposées. « Je suis reparti avec ce contrat sachant que j'avais dans la poche la survie de mon entreprise », confie Bonnell.

Sim City est lancé dans toute l'Europe, Infogrames déployant une énergie considérable pour le faire connaître. Le logiciel est présenté dans les écoles et salons d'architecture, ainsi qu'à plusieurs maires, dans le cadre d'une rencontre parrainée par *L'Événement du jeudi*. Michel Noir (Lyon), Charles Hernu (Villeurbanne), Alain Carignon (Grenoble), Jean-Marie Rauch (Metz) et Jean-Jacques Queyranne (Bron) font partie des

1. Ed Kilham a par la suite réalisé le jeu *Tie Fighter* pour Lucas Art, et plus récemment, il a monté une compagnie, TEN, spécialisée dans les jeux sur Internet.

élus qui confrontent leur talent de gestionnaire à cette simulation interactive. *Sim City* devient à la mode auprès de la population des utilisateurs Macintosh. Le logiciel de Maxis représente plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'année 1989 d'Infogrames et sauve l'édition de Villeurbanne du désastre. Bonnell devra tout de même se fendre d'un mémo auprès de ses troupes : « Cessez de jouer à *Sim City* ! Vendez-le ! »

Fait rare, le logiciel connaît des ventes de plus en plus élevées d'année en année. Sur le sol américain, *Sim City* se vend à 250 000 unités en 1990 et à 1,5 million en 1991. Les revenus de Maxis évoluent en conséquence, passant de 3 millions à 10 millions de dollars sur la même période. La compagnie peut enfin s'offrir de véritables locaux. Elle s'installe un nid douillet dans un ancien complexe cinématographique des années vingt, à Orinda, sur les collines surplombant Oakland. Dans la foulée, Wright développe de nouvelles simulations plus ambitieuses encore que l'originale. *Sim Earth* amène à créer puis gérer le développement d'une planète avec ses océans, ses terres et ses formes de vie. *Sim Life* propose de bâtir son propre écosystème en expérimentant avec la génétique pour recréer la chaîne de l'évolution. *Sim Ant* reproduit une fourmilière...

Dès la fin de l'année 1990, Maxis commence à recevoir de drôles d'appels. Certaines entreprises et administrations ont vu dans *Sim City* un outil de formation potentiel pour leurs troupes. Et de poser la question : pourriez-vous développer des versions adaptées à nos corps de métiers? Parmi les solliciteurs figurent le Département des Routes du Canada, le ministère de la Défense des États-Unis, une entreprise de bâtiment de l'Arizona, et plusieurs organisations de protection pour l'environnement, telles que la Yale School of Forestry, Planétarium et Earth Watch.

Interloqués par de telles requêtes, les fondateurs de Maxis préfèrent les refuser en bloc. Mais les demandes affluent et par curiosité, Wright se lance dans la réalisation d'un prototype pour le pétrolier Chevron, *Sim Refinery* qui reproduit le fonctionnement d'une raffinerie. Étrangement, ce logiciel n'est pas destiné aux ingénieurs mais aux comptables et gestionnaires de Chevron, ceux-là mêmes qui ont l'habitude de se balader quotidiennement sur les lieux sans comprendre ce qui circule dans les tuyauteries. Maxis réalise ensuite d'autres prototypes spécifiques, l'un pour l'Agence de Protection de l'Environnement, Pizza Hutt et même... la CIA!

Braun et Wright rachètent une édition de Monterey, Thinking Tools, qui va se spécialiser dans la fourniture de telles simulations. L'une des versions réalisées, *Sim Health*, est utilisée par la Fondation Markle afin d'expliquer au public américain le fonctionnement de leur système de santé. Vers 1994, Maxis revendra Thinking Tools aux fondateurs de cette compagnie, Wright ne désirant pas s'impliquer davantage dans de tels sous-produits.

L'aura de *Sim City* grandit lorsque des fonctionnaires municipaux font publiquement savoir qu'ils ont plaisir à s'adonner à ce jeu. Pour mieux expliquer le plaisir que lui procure le logiciel de simulation, le maire de Portland dans l'Oregon déclare à un journaliste que « dans *Sim City* les citoyens ne se plaignent pas ». Dans une petite ville de la Nouvelle-Angleterre, un adolescent invite les cinq candidats à la mairie à participer à une session de *Sim City*. Il se révèle que le meilleur joueur est élu maire quelques semaines plus tard !

À Londres, un député, Ken Livingtsone, se sert de *Sim City* pour expliquer à la presse sa vision du développement de villes viables. Les architectes Battle et Mac Carthy installent le logiciel dans de nombreux bureaux de conseil du Royaume-Uni afin de démontrer l'impact de nouveaux développements sur la communauté. Toujours en Grande-Bretagne, au musée de la Science, une version spéciale du logiciel est utilisée dans le cadre d'une exposition sur les villes du futur que patronne le naturaliste Sir David Attenborough. Le jeu est même utilisé dans le cadre d'une compétition internationale entre conseils municipaux et entreprises de construction urbaines à laquelle participeront onze cents sociétés. À la fin de l'année 1995, la Commission euro-

péenne s'appuie sur *Sim City* pour lancer un appel d'offres sur la viabilité des principales villes européennes. En France, les mairies de La Ferté-Bernard, de Lyon, d'Orléans et Saint-Étienne, ainsi que le conseil régional d'Aquitaine témoignent de leur intérêt pour *Sim City* au cours d'une conférence de presse organisée à la FNAC.

Will Wright est le premier à temporiser un tel phénomène. « *Sim City* n'est jamais qu'un jeu. Je n'ai jamais prétendu créer une simulation totalement réaliste d'une vraie ville. Il est impossible de prédire tout ce qui peut arriver dans le monde réel. Le plus puissant des ordinateurs ne le pourrait pas. Ce serait une erreur que de se fonder sur *Sim City* pour tenter de prévoir la gestion d'une véritable municipalité. » L'auteur du logiciel tient-il à se prémunir contre toute dérive qui pourrait avoir des conséquences juridiques ? Toujours est-il que pour réaliser *Sim City 2000,* la version publiée en 1995, il a pleinement intégré les suggestions de maires, gestionnaires en urbanisme, architectes, ingénieurs et responsables de services d'urgence du monde entier. Le logiciel remis au goût du jour intègre des préoccupations écologiques avec la présence d'éoliennes ou de centrales à l'énergie solaire.

La série des Sim s'est vendue à plus de 7 millions d'exemplaires à ce jour. Le rêve de Wright serait de créer une simulation à si grande échelle qu'elle s'apparente de manière macrocosmique ou microcosmique à un monde. Baptisé *Sim World,* elle permettrait de survoler une ville, d'entrer dans un bâtiment et de prendre part à une « microsimulation ». À titre d'exemple, le fait de cliquer sur un stade permettrait d'assister à un match de football. L'ambition est encore et toujours d'amener une plus grande compréhension du monde. « Une colonie de fourmis opère de façon similaire à une ville. Il existe un langage comportemental qui est partagé par tous ces systèmes. Amener les gens à en prendre conscience peut avoir une influence majeure sur leur vision de la vie », affirme Wright.

L'homme, qui aime à traduire la réalité en formules mathématiques que vont traiter les ordinateurs, aimerait également rendre aux adultes la capacité de créer et de s'exprimer plus aisément. « Vous allez dans une classe d'école primaire et vous demandez qui sait danser, chanter ou dessiner. Vous pouvez être sûr que tous lèveront le doigt. Posez la même question dans une salle d'université et vous aurez de la chance si une ou deux mains se dressent. De façon surprenante, le processus de l'éducation a appris aux gens à ne plus considérer qu'ils détiennent une telle connaissance. Nous aimerions renverser cela et faire passer le message qu'il est tout à fait convenable d'être créatif. »

TROISIÈME PARTIE

L'ÈRE DE LA FASCINATION

CHAPITRE 8

ALONE IN THE DARK BIENVENUE DANS LA TROISIÈME DIMENSION

Avril 1992. Dany Boolauk arpente les couloirs de l'ECTS, un salon londonien spécialisé dans les jeux interactifs. Ce journaliste natif de l'île Maurice officie à *Tilt,* un bulletin de liaison des accrocs du joystick qui compte alors quatre-vingt mille lecteurs. Boolauk jouit d'une réputation telle que sa photographie apparaît parfois en couverture du magazine. Le dimanche, le Mauricien présente les nouveautés lors de l'émission dominicale *Microkid's* et de ce fait, il arrive que des enfants l'abordent dans la rue pour lui demander des autographes. Les notes que distribue ce critique peuvent décider de la carrière d'un jeu et constituent souvent les signes précurseurs d'un triomphe ou d'un bide annoncé.

Sur le stand Infogrames, Boolauk s'assoit nonchalamment devant un PC pour visualiser la maquette d'un nouveau titre, *Alone in the Dark.* Une mélodie tout en soupirs emplit les haut-parleurs tandis que l'atmosphère s'assombrit dans le grenier d'un antique manoir hanté. Des bruits sourds et inquiétants semblent venir du lointain, avec une intensité amplifiée par la stéréo spatiale. L'ambiance oppressante est digne de *Psychose* ou de *Nosferatu, Fantôme de la nuit...* Pourtant, ce qui est le plus étonnant est la façon dont le personnage se déplace, avec un réalisme défiant la raison, et des mouvements de caméra analogues au cinéma. Christèle Gesier qui effectue la démonstration voit le visage du journaliste changer progressivement de couleur. Boolauk, pourtant

aguerri, n'en croit pas ses yeux : on n'a jamais vu cela auparavant! Soudain, il fait un bond sur son siège et s'exclame : « C'est le meilleur jeu des cinq dernières années ! »

L'excitation cède bientôt la place à la fébrilité. Ce jeu, il est le premier à l'avoir découvert et il en veut l'exclusivité pour l'édition d'été de *Tilt*. La blonde Gesier relaye la demande au président d'Infogrames, Bruno Bonnell, qui acquiesce sans plus tarder tout en savourant la nouvelle, l'engouement du journaliste étant du meilleur augure.

Dès son retour en France, Boolauk prend le premier TGV et se rend à Lyon afin de rencontrer l'auteur du jeu, Frédéric Raynal. Il découvre alors un jeune ingénu timide, pareil à un Petit Prince qui aurait les cheveux châtains. L'équipe qui entoure le Pierrot lunaire paraît tout aussi médusée par les soupirs admiratifs de Boolauk. D'autant que ce dernier manifeste son exaltation par des mouvements brusques et amples : à la vision d'une scène d'angoisse, il recule d'un mètre sur sa chaise. Mais Boolauk est avant tout sidéré par le travail qu'ont accompli ces magiciens de l'électronique. L'histoire vient de franchir une étape majeure, sans retour : celle de la 3D (représentation en trois dimensions).

L'article que rédige le reporter lors de son retour dans la capitale fourmille de superlatifs à tout va : « mise en scène exceptionnelle», «mouvements des personnages proches de la perfection », « véritable révolution dans le domaine du jeu »... La note attribuée, 19 sur 20, est si élevée que l'auteur se sent contraint de la justifier dans l'encadré correspondant. «Je sais, une telle note peut paraître énorme. Mais *Alone in the Dark* est devenu une référence. » Et de conclure « Ô lecteur, préviens l'humanité ignorante. Les gens doivent... acheter *Alone in the Dark!»*

Frédéric Raynal revient pourtant de loin. Quelques années plus tôt, alors qu'il vivait à la manière d'un ermite avec pour seul compagnon son ordinateur Amiga, la malicieuse sirène ludique avait manqué d'engloutir son âme hypnotisée dans le paradis de l'imaginaire numérique.

Depuis qu'à l'âge de 12 ans, ce natif de la Corrèze avait craqué pour l'électronique, il s'était lancé corps et âme dans la construction d'affriolants gadgets. Avec un zeste d'imagination et un brin de savoir-faire, la moindre boîte à chaussures se métamorphosait en panneau de contrôle futuriste, bardé de clignotants et sirènes. À l'âge de 15 ans, Fred avait eu son premier ordinateur, un ZX-81, et s'était naturellement lancé dans le développement de jeux — il était persuadé que tous les garçons et les filles de son âge en faisaient tout autant.

À l'automne 1986, son bac en poche, Frédéric avait pris en charge le service après vente des ordinateurs, dans le magasin de vidéo et micro-informatique monté par son père à Brive-la-Gaillarde. Entre deux réparations d'un Atari ST, le technicien bienheureux se plaisait à écrire des jeux. Pendant près de deux ans, son existence fut d'une robotique régularité. Ayant placé un lit près de son bureau, il se levait au petit matin, retrouvait son Amstrad PC et ne se couchait que lorsqu'il ne tenait plus debout.

Un matin, ce Robinson Crusoé urbain s'était levé en titubant après une nuit de travail acharnée devant l'écran. En mettant le nez au-dehors, il avait dû écarquiller les yeux pour trouver ses repères. Quelque chose s'était disloqué dans sa perception du monde. Que s'était-il passé? Son père, sa mère, les arbres et les chats, tous les objets avaient perdu leur nuance, leur éclat et leur luminosité. Comme dans un film des années quarante, la vie était devenue noire et blanche. Et le voleur des couleurs n'était pas en vue.

Une visite éclair chez l'oculiste devait désigner le coupable : le tube cathodique de son PC que Frédéric scrutait interminablement. A force de n'avoir pour vis-à-vis que les pixels lumineux de l'écran, le programmeur avait provoqué un dérèglement de ses bâtonnets oculaires. La cécité partielle ne dura qu'une matinée. Mais l'événement avait tenu lieu de première alerte. À trop plonger son regard dans la lucarne magique, Raynal

pouvait perdre le lien avec la magnificence du réel. L'enjeu en valait-il la chandelle?

Quelques mois plus tard, un phénomène plus étrange encore s'était manifesté. Frédéric ne comprenait plus rien de ce qui lui était dit. Lorsque des amis venaient le distraire de sa retraite, il leur fallait répéter chaque déclaration. D'abord une fois. Puis deux. Au bout de quelques semaines, ses absences étaient telles qu'il était nécessaire de lui redire trois fois chaque phrase avant qu'il puisse en discerner le sens. Cette fois, le signal était fort : il fallait prendre un peu de distance vis-à-vis de cette amante technologique qui l'accaparait sans partage.

À l'aube de l'été 1988, le service militaire était intervenu à point nommé pour lui donner la chance de retrouver une vie sociale normale. Avant de rejoindre sa caserne, Raynal avait terminé un jeu de casse-brique, *Pop Corn*, programmé en collaboration avec un autre forcené du PC, Christophe Lacaze. Et comme il ne pensait pas possible de vendre un tel programme, il l'avait placé dans le domaine public, en diffusion gratuite sur divers serveurs informatiques.

L'armée, loin d'éloigner Raynal des ordinateurs, devait accentuer la liaison dangereuse. D'abord parce qu'il fut bien naturellement affecté au service informatique. Mais aussi parce que *Pop Corn* allait agir comme révélateur des potentiels de ses dons de programmeur.

Un magazine consacré à l'ordinateur d'Amstrad avait été le premier à exulter sur la place publique. « Nous sommes TOUS tombés par terre! disait le journaliste. *Pop Corn* fait partie des cinq meilleurs jeux d'arcades disponibles pour PC. Mais le plus fort et le plus étonnant, c'est que ce logiciel est un *freeware*, ce qui signifie qu'il fait partie du domaine public. Je ré-explique : cela veut dire qu'il ne coûte rien, que dalle, pas un sou! ! ! » Et d'ajouter qu'à la rédaction du journal, tous jouaient à *Pop Corn*, depuis les rédacteurs et secrétaires de rédaction jusqu'aux chefs de pub... L'article concluait par une note historique en matière de rapport qualité/prix : 21/20!

Cet allegro littéraire n'était que le prélude d'un concert de louanges qui pointait à l'horizon. Sur sa mire de fin, *Pop Corn* comportait une mention « si ce jeu vous a plu, écrivez-nous ». Le message avait été reçu au-delà de toute espérance : Raynal avait commencé à recevoir des milliers de lettres presque unanimement enthousiastes. Certains écrivaient pour dire qu'il s'agissait du meilleur jeu auquel ils avaient jamais joué, et d'autres poussaient la reconnaissance jusqu'à lui adresser de l'argent.

« Que tout cela est splendide, quelle magnifique souplesse... » s'exclamait un habitant de Menestreau-en-Villette dans le Loiret. « Depuis que j'ai découvert *Pop Corn*, ma vie est un enfer! s'écriait un acharné d'Épinay-sur-Odon. Combien de soirées, de nuits, d'heures de travail passées les yeux rivés à l'écran afin de triompher. Sans parler du café ingurgité! Vous l'avez compris, j'ai attrapé la *Popcornite aiguë*. Et comme c'est contagieux, ma femme l'a également contracté! » De Courbevoie parvenait la missive d'un retraité septuagénaire qui remerciait Raynal d'avoir contribué à sa récente passion pour l'informatique personnelle!

L'abondant courrier reçu par le troufion Raynal avait même pris une singulière tournure avec des enveloppes arborant des timbres de plus en plus exotiques. Nul ne savait comment le casse-briques né à Brive-la-Gaillarde avait traversé les frontières, franchissant monts et océans... Toujours est-il que des lettres parvenaient bientôt du monde entier. Du Québec, un programmeur de 13 ans donnait libre cours à ses accès de lyrisme. « *Pop Corn* est un jeu sensationnel, merveilleusement programmé et ses graphismes sont à la limite du réel. Mille fois bravo ! » Oguzhan Altay, qui habitait Ankara, félicitait les programmeurs pour ce jeu obtenu par l'intermédiaire d'un club américain, situé dans l'Oregon. De Singapour, Henry Kong jugeait qu'il s'agissait du meilleur jeu d'arcades pour l'IBM PC et demandait s'il pouvait offrir quelque chose en échange. Consultant informatique à Leningrad où il vivait depuis quarante et un ans, Alexis Boulanov affirmait que le jeu avait un grand succès en Russie et ponctuait son message d'une

ombre de désespoir : « Nous attendons de nouveaux jeux, car il ne nous reste plus rien dans ce pays qui est au bord de la famine. » De l'influence apaisante des jeux vidéo dans le quotidien d'une société à la dérive...

Lorsque Frédéric Raynal quitte l'armée au début de l'été 1989, il a acquis une renommée certaine dans le microcosme français du jeu. Avant qu'il n'ait eu le temps de souffler, plusieurs éditeurs insistent pour le rencontrer au plus vite, et parmi eux, Loriciels et Ubi-Soft. Chez Infogrames à Lyon, Laurent Salmeron suggère d'embaucher au plus vite le créateur de *Pop Corn.* Et comme Salmeron vient de signer un best-seller, *Drakken,* son avis est écouté avec le plus grand respect. Ironie du sort, Salmeron a développé son jeu avec d'autres collègues, dans le plus grand secret, travaillant soir et week-end pendant deux ans et demi. En fin de parcours, il a proposé à Infogrames de racheter *Drakken.* Bien en a pris à son employeur puisque plus de 350 000 exemplaires seront vendus.

En août, Raynal, alors âgé de 23 ans, est embauché par Infogrames. Son talent est tel que très rapidement le jeune Corrézien se voit proposer d'écrire ses propres jeux. Mais sa première œuvre, *Ed,* ne voit pas le jour suite aux tergiversations d'un marketing confus. Le surdoué attend patiemment son heure.

À cette époque, Infogrames vient d'acquérir les droits mondiaux d'adaptation de l'œuvre du romancier H.P. Lovecraft, auteur de récits fantastiques où l'épouvante règne en maître. L'accord a été conclu avec une compagnie d'Auckland, Chaosium, que dirige un Américain atypique, qui n'a de cesse de citer Diderot et de faire référence à l'art français. La société que dirige Bruno Bonnell a gagné le droit de produire trois jeux de rôles inspirés de Lovecraft. Il reste à définir la trame d'une comédie de l'angoisse. Au cours d'une réunion de réflexion, Bonnell et son responsable des productions, Éric Motet, examinent une série de dessins lugubres et jettent alors l'idée d'un jeu qui se déroulerait intégralement dans le noir. Le joueur disposerait de trois allumettes qu'il faudrait gratter à bon escient pour avancer dans l'obscurité. Un nom est alors avancé : *In the Dark.*

De son côté, Frédéric Raynal travaille depuis plusieurs mois à l'écriture d'un « moteur 3D », un outil informatique novateur qui permettrait de simuler le déplacement d'un personnage dans un décor, tout en donnant l'impression de profondeur, grâce aux jeux d'ombres, de lumière et de perspective... Lorsque le programmeur de *Pop Corn* entend parler du projet *In the Dark,* il demande aussitôt s'il peut le prendre sous sa supervision. Toutefois, ayant été échaudé par les égarements d'un marketing nébuleux sur *Ed,* Raynal insiste pour réaliser *In the Dark* comme il l'entend.

Un jeu fantastique inspiré de l'univers de Lovecraft se doit de transmettre une impression fantastique et angoissante. Pour y parvenir, l'idéal serait de plonger le joueur dans une ambiance supérieurement réaliste. Le moteur 3D sur lequel travaille Raynal paraît donc idéal pour *In the Dark.* « La représentation d'objets animés en trois dimensions va apporter un supplément essentiel de vraisemblance aux scènes de *In the Dark* » explique le programmeur à Éric Motet. Mais Raynal échoue à faire comprendre sa vision pour la bonne raison qu'en cette époque, personne n'a jamais vu de jeux d'aventure en 3D, et nul ne sait s'il serait possible d'en réaliser. Faute d'avoir convaincu sa hiérarchie, le programmeur est affecté en priorité à des tâches jugées plus productives, telles que l'adaptation française du jeu *Sim City.*

La tentation de la 3D est trop forte. Tous les soirs, lorsqu'il quitte le bureau, Raynal reprend le développement de son moteur graphique dans son appartement. Un graphiste d'Infogrames, Didier Chanfray, vient parfois le rejoindre afin de tester l'outil et pour ce faire, réalise quelques dessins. Raynal crée son logiciel de manière intuitive, car il ignore que des outils professionnels ont été développés en Californie par des entreprises qui les vendent à des tarifs surélevés.

Au bout de neuf mois, miracle!... Le moteur 3D commence à fonctionner. « C'est magique ! », s'écrie spontanément Chanfray. Il lui suffit d'appuyer sur des

touches du clavier de l'ordinateur pour que le mannequin représenté à l'écran avance, tourne, se penche, plie un bras...

Le fondement de *In the Dark* est posé, Chanfray esquisse un personnage et dessine la première pièce dans laquelle il évoluera. L'effet est fantastique. Le héros évolue dans le décor en déposant son ombre qui vient se mêler à celles des meubles qui apparaissent en relief simulé. De surcroît, l'outil développé par Raynal permet de suivre le mouvement comme si l'on déplaçait une caméra en variant le cadrage de manière appropriée. La splendeur visuelle défie les mots. Une technique, la 3D, est allée à la rencontre d'une histoire, créant une irrésistible alchimie visuelle.

Il reste à dénicher l'artiste qui serait à même de créer les décors de cette fable lugubre. Pour attirer l'oiseau rare, Raynal distribue aux infographistes une disquette comportant quatre pièces du manoir dans lequel doit évoluer le personnage et lance un appel à contribution. Yael Barroz, une jolie blonde diplômée de l'école Emile Cohl de Lyon — pépinière de talents en matière de dessin — saisit la balle au bond. Barroz, qui est en fin de contrat à durée déterminée chez Infogrames, rêve de participer à la création d'un jeu et n'entend pas laisser passer cette chance. Les premiers décors qu'elle réalise dans un style évoquant des peintures faites à la main sont habités par la grâce et chargés d'émotions diffuses. Goscinny vient de trouver son Uderzo.

Voilà près d'un an que Bruno Bonnell et Éric Motet s'interrogent régulièrement sur l'évolution de *In the Dark*. Laurent Salmeron, qui suit le déroulement du projet, est parvenu tant bien que mal à faire patienter la hiérarchie, arguant de ce que Raynal prépare un logiciel qui fera date. L'heure d'une première démonstration a sonné.

Lorsque Bonnell et Motet aperçoivent la maquette du jeu fantastique, ils réalisent instantanément qu'ils sont en présence d'un titre exceptionnel, s'apparentant à une révolution sans précédent dans le secteur du jeu. « Ils ont vu la Vierge ! » commente Chanfray avec malice.

Sans plus attendre, Infogrames met en place une machine de guerre autour du produit. En cet été 1991, le plus dur reste à faire et Raynal se voit allouer six coéquipiers pour l'aider à compléter son projet. Le programmeur, qui a craqué pour la blonde Yael, la prend en charge pour réaliser les dessins. Elle devient sa compagne et un bébé est presque aussitôt mis en chantier. Le compositeur Philippe Vachey parsème chaque scène de notes dissonantes et thèmes intrigants.

Il manque à *In the Dark* un scénario à la hauteur des prouesses techniques de Raynal. Celui que les sept larrons ont défini en s'inspirant de *L'Appel de Cthulhu*, un roman de Lovecraft, est peu convaincant. En mai, un scénariste indépendant issu de la 20th Century Fox est appelé à la rescousse. Barbu fougueux, Hubert Chardot évoque un cracheur de flammes de place des fêtes. La chance veut que cet homme-dragon soit un véritable fou de Lovecraft. Il est allé jusqu'à faire le pèlerinage dans la ville de Providence où avait vécu l'auteur.

L'écriture du scénario est accomplie en l'espace de trois après-midi marathon. L'histoire intégrale, avec les chemins que pourra emprunter le joueur et les infernales énigmes à résoudre pour se sortir d'affaire, tout est défini au cours de séances tonitruantes auxquelles participe toute l'équipe.

Au début du siècle, un vieil homme, Jeremy Hartwood, est retrouvé pendu, les yeux exorbités, dans le grenier de son manoir à Derceto au fin fond de la Nouvelle-Angleterre. Le médecin légiste a diagnostiqué une crise de paranoïa aiguë, théorie confortée par le témoignage du majordome qui indique qu'Hartwood, récemment fort tourmenté, passait ses heures à traduire de vieux manuscrits traitant d'étranges légendes. Le joueur assume le rôle de Edward Carnby, détective privé de son état, ou encore de la nièce de l'ancien propriétaire, Emily. Mais quel que soit le personnage adopté pour enquêter sur le suicide, celui qui arpente les escaliers de cette étrange maison de trois étages va vivre des moments d'angoisse sans nom, croiser une kyrielle de monstres cauchemardesques, être confronté à de terri-

fiantes croyances blasphématoires ancestrales, inspirés de l'univers de Lovecraft. Pour renforcer le caractère tragique, le mot *Alone* (seul) est ajouté au titre initial, *In the Dark*. Chardot s'attelle à écrire chaque dialogue de ce patchwork de l'horreur.

Chaosium reçoit le scénario *d'Atone in the Dark* et refuse de l'approuver, estimant qu'il est trop éloigné de l'esprit de H.P. Lovecraft. La société américaine ne réalise pas alors qu'elle vient de dire adieu à une extraordinaire source de futures royalties !

La visite de Dany Boolauk a apporté la confirmation que *Alone in the Dark* s'annonce comme un événement dans l'histoire du jeu informatique. Tout au long de l'été, Raynal apporte les dernières touches à son jeu. Les angles de vue des caméras virtuelles qui se déplacent dans les recoins obscurs du manoir restituent une atmosphère oppressante et prenante.

Au moment d'indiquer les crédits dans le générique de fin, le lutin de Corrèze indique « création de Frédéric Raynal », une mention identique à celle qui figure sur la démonstration diffusée lors de l'ECTS d'avril. Pourtant, lorsqu'il découvre cette mention, Bruno Bonnell la conteste sans ambages. « C'est une œuvre collective ! », affirme le patron d'Infogrames avant d'ajouter que l'idée initiale lui revient pleinement. Docile, le programmeur accepte de modifier le générique en y plaçant comme indication : une création Infogrames. En l'espace de quelques minutes, Raynal vient de perdre toute possibilité de jamais réclamer des droits sur son jeu.

Mais un véritable coup de théâtre est sur le point de se produire. Quelques semaines avant que l'équipe n'ait terminé *Alone in the Dark*, Frédéric Raynal rencontre Dany Boolauk à Londres au cours de l'édition d'automne de l'ECTS. Le journaliste de *Tilt* demande à rencontrer Raynal afin de réaliser une interview pour l'émission *Microkids*. Une fois l'entrevue terminée, Boolauk insiste pour prendre à part Raynal et l'entraîne dans une pièce retirée, loin de l'agitation ambiante. Boolauk confie alors la véritable raison de sa venue à Londres :

— Je suis sur le point de quitter *Tilt*. J'ai été embauché par l'édition Delphine.

L'interview réalisée pour *Microkids* n'était qu'un prétexte. Boolauk s'est transformé en chasseur de têtes et son nouvel employeur, Paul de Senneville, lui a confié pour mission de recruter une équipe de développement !

« Dans ma carrière, rien n'a jamais été réfléchi ou calculé. Je ressens souvent une sorte de pressentiment. Les choses deviennent soudain évidentes et s'imposent d'elles-mêmes. Je m'explique mal la nature de ce don », déclare Senneville. Il faut croire que cette intuition est particulièrement incisive, car ce personnage qui transpire l'univers show-biz jusqu'à la caricature peut se targuer d'une incroyable série de choix éclairés.

En 1966, alors qu'il venait de s'essayer à la réalisation d'une série télévisée, un collègue lui avait dit : « J'ai un chanteur ici, dont Philips ne veut pas. Cela ne te dirait pas de t'en occuper? » Ouvert à tout, Senneville avait accepté, alors qu'il ne connaissait rien au métier d'agent. La fortune avait voulu que le chanteur en question s'appelle Christophe. Quelques jours plus tard, il avait été mis sur la piste d'un autre débutant, un certain Hervé Vilard. L'été suivant, l'agent improvisé s'était retrouvé avec deux numéros un au hit-parade: *Aline* et *Capri, c'est fini*.

Quelques mois plus tard, alors qu'il préparait une télévision pour Christophe, le noble imprésario avait entendu un troubadour maniéré déclamer *La Poupée qui fait non*. Michel Polnareff arborait un « look » baroque de chinchilla apprêté, portait des cheveux longs et avait accroché un hamster sur son épaule. Senneville qui venait d'avoir un accident de voiture avait le bras bandé et ressemblait lui-même à « tout sauf à un imprésario ». Polnareff avait craqué pour cet éclopé et avait insisté pour travailler avec lui. Ce fut un nouveau jackpot !

Un an et demi plus tard, Senneville avait sympathisé avec un jeune galant qui tournait autour de sa cousine germaine. Le damoiseau, Olivier Toussaint, l'avait incité

à composer des mélodies. Un soir de Noël, de Senneville avait improvisé la mélodie de *Tous les bateaux, tous les oiseaux*. Et n'y avait plus repensé. Un soir, lors du MIDEM, un Polnareff gentiment éméché avait insisté pour écouter les compositions de son agent. Après maints sarcasmes, le chanteur avait entendu *Tous les bateaux, tous les oiseaux* et eu un choc : « Cette chanson, je la veux, Paul, je veux la chanter! » Senneville avait d'abord eu du mal à y croire; Polnareff n'avait jamais enregistré une musique écrite par un autre. Il enregistra pourtant bel et bien la chanson la plus acclamée de l'été 1969. Dans la foulée, de Senneville écrivit deux autres succès pour son artiste fétiche, *La Maison vide* (1970) et *Gloria* (1971). Et dans la mesure où ses talents de compositeur s'étaient révélés, il porta désormais cette casquette de façon permanente. En 1974, l'une de ses créations, *Dolannes Mélodie,* interprétée par Jean-Claude Borelli, se vendit à près de 4 millions d'exemplaires dans le monde et devient le record français des ventes de 45 tours.

En 1976, Senneville décida de donner une seconde chance à une musique qui lui avait été refusée par le cinéaste Boisron. Ne sachant pas écrire le solfège, il chanta la mélodie à un assistant, afin qu'il la transcrive sur une partition. Lors de la séance d'enregistrement qui s'ensuivit, le hasard voulut qu'un pianiste se trouve sur place pour interpréter la « maquette » de *Ballade pour Adeline.* La luminosité de l'instrument sur cette anodine mélodie fut un révélateur : il fallait sortir le disque tel quel. Il ne restait plus qu'à trouver un authentique pianiste. L'accompagnateur de Thierry Le Luron, Richard Clayderman, fut choisi pour son toucher jugé remarquable. Suite à une opération, le musicien portait un pansement sur le visage et c'est un vieux cliché extrait d'un passeport qui fut utilisé pour orner la pochette de *Ballade pour Adeline.* Senneville crut bon de se montrer prudent et dit au pianiste :

— N'abandonnez surtout pas votre collaboration avec Le Luron, car il serait invraisemblable que cela marche.

L'album allait faire le tour du monde et se vendre à 26 millions d'exemplaires.

Clayderman devint une véritable rente pour Senneville qui se consacra à gérer la carrière du pianiste. Au fil des années, les arpèges sucrés du blondin conquirent la planète entière de la Russie à l'Australie en passant par l'Inde — seule l'Amérique du Nord demeurera hermétique. Le hall d'entrée de Delphine, la production que Senneville créa en 1976 avec son ami Olivier Toussaint, se retrouva couvert de disques d'or — Clayderman en a obtenu deux cent cinquante à ce jour.

Some guys have all the luck (« La fortune sourit avant tout à certains ») déplorait le barde Rod Stewart entre deux brushings et décolorations. À croire que cette ritournelle à la rythmique de tourniquet était dédiée à Paul de Senneville. Lorsque le chasseur de pépites acquit un trotteur au cours d'une vente aux enchères en 1978, ledit canasson, *High Echelon,* se révéla un crack aux capacités insoupçonnées et remporta le Prix d'Amérique. Et dix ans plus tard, quand il s'avisa de fourrer son museau dans la réserve des programmeurs de jeux, il repéra *illico* quelques perles rarissimes.

Sa première pêche fut Paul Cuisset. Certains l'assimilaient à un ours, tant il semblait fermé au contact occasionnel. Pourtant, derrière ce paravent de timidité pathologique, Cuisset le pacifique cachait une âme de navigateur au long cours. Les mers sur lesquelles il s'embarquait étaient, certes, interdites au profane. Parsemées d'issues secrètes qui menaient à des pierres philosophales et à des souterrains dont le champ magnétique était propice à la tëléportation, elles s'affichaient comme des « flashes » dans un temps indépendant. Pour leur donner forme, Cuisset alignait des kilomètres de code informatique, qui venaient se convertir en images interactives. Le programmeur de 22 ans était aidé dans cette tâche par un autre prince du logiciel, Éric Chahi.

Senneville, qui ignorait tout des jeux vidéo, avait été mis sur la piste par l'un de ses directeurs artistiques. En rencontrant l'indescriptible duo formé par Cuisset et Chahi, le fondateur de Delphine avait immédiatement

perçu de manière incompréhensible que quelque chose était en train de se passer. « J'ai su qu'il fallait que je signe ces deux garçons et j'ai aussitôt foncé comme un dément, racontera Senneville. Nous leur avons aussitôt proposé des rémunérations que l'on ne refuse pas. »

Le premier jeu réalisé par Cuisset et Chahi, *Les Voyageurs du temps,* était sorti sur Amiga, et avait été suivi par deux autres créations, *Stealth* et *Croisière pour un cadavre.* De Senneville avait alors découvert que dans l'univers du jeu l'information circulait à la vitesse des vaisseaux de *Star Wars.* Très vite, des visiteurs étrangers s'étaient succédé dans son bureau du boulevard Haussmann. Constamment à l'affût de nouveaux talents, les éditeurs américains dévoraient la presse en permanence, afin de repérer les œuvres dignes d'être publiées internationalement.

En cette année 1992, *Flashback,* un titre réalisé par Paul Cuisset, a fait l'objet d'une distribution internationale par US Gold, devenant le record des ventes de l'époque. Pour le récompenser, Senneville l'a nommé à la direction d'une entité indépendante, Delphine Software. De son côté, Éric Chahi a également produit un best-seller international, *Another World:* les aventures de Lester Knight, physicien nucléaire propulsé dans une autre dimension, ont fait le tour du monde et le titre a atteint la position numéro un au Japon. Les spécialistes du genre ont découvert avec stupeur que l'auteur avait concocté *Another World* tout seul dans son coin !

Pourtant, depuis plus d'un an, la rupture est consommée entre Senneville et Chahi. Ce dernier a écrit l'essentiel d'*Another World* chez lui et a vainement tenté de faire publier ce titre par Virgin[1].

Au milieu de l'été, Senneville pensait avoir récupéré son poulain. Il a offert de le placer à la tête de sa propre édition, comme il l'a fait pour Paul Cuisset. La crise est cependant intervenue sur un point de détail, autour duquel les passions se sont envenimées. Senneville insistait pour baptiser la nouvelle filiale du nom de sa deuxième fille, Adeline. Le programmeur rejetait une telle appellation et penchait pour un nom plus évocateur, Amazing Software (« stupéfiants logiciels »). Persuadé qu'il tenait Chahi sous contrat, Senneville a refusé de lâcher prise, au risque de provoquer un clash. Hélas, la responsable juridique avait malencontreusement déchiré l'engagement qui reliait le créateur d'*Another World* à Delphine. Senneville a réalisé, mais un peu tard, qu'il a laissé partir l'une de ses stars!

La perte de l'un de ses programmeurs vedettes paraissait funeste pour Delphine et les rumeurs allaient bon train sur l'avenir de l'édition. Senneville a alors été touché par le soutien qu'a exprimé Dany Boolauk. Le journaliste a pris publiquement la défense de la société parisienne, affirmant que Paul Cuisset était un génie et qu'il ne se lasserait jamais de le crier haut et fort. Touché, Senneville a demandé à rencontrer le collaborateur de *Tilt.* « Je sais que vous êtes journaliste, mais si d'aventure vous souhaitiez passer de l'autre côté, je serais ravi de vous offrir un poste à un salaire très élevé », a lancé Senneville. Pour Boolauk, la proposition tombait à pic car le magazine *Tilt* vivait ses dernières heures.

Boolauk a reçu pour première mission de trouver une équipe de développement capable de remplacer celle d'Éric Chahi. L'ancien journaliste n'a pu s'empêcher de penser à ces incroyables Lyonnais qui étaient en train de réaliser *Alone in the Dark*\ À Londres, sans préjuger de l'avenir, Raynal a laissé entendre qu'il était prêt à discuter. Paul de Senneville a demandé à rencontrer Frédéric Raynal, bien décidé à recruter cette perle de la programmation.

Alone in the Dark est terminé à la fin septembre 1992, suffisamment tôt pour préparer une sortie en fanfare à l'occasion des fêtes de Noël. Frédéric Raynal, qui sort de deux ans de développement intense, émerge doucement de l'enfer. Mais lors d'une réunion avec ses supérieurs, il se voit reprocher d'avoir eu une semaine de retard. Le programmeur accuse le coup.

Quelques jours plus tard, Paul de Senneville monte

1. Voir le chapitre 10 traitant l'histoire de *Dune.*

une « opération séduction » en déployant les armes en vigueur dans l'univers du show-biz : strass, paillettes et dorures. Le compositeur de *Ballade pour Adeline* réserve la meilleure table d'un quatre étoiles italien près de la place de l'Étoile. Lui-même arrive ostensiblement en Rolls avant de dérouler le grand show. Raynal, qui est venu sur les lieux sans *a priori* et en toute décontraction, demeure sur ses gardes. Un tel déploiement de faste lui hérisse le bulbe. Senneville n'a pas réalisé que la génération des années quatre-vingt-dix n'opère plus avec ce genre de valeurs. Ce qui ne l'empêche pas de peindre un tableau idyllique :

— Nous souhaitons vous placer dans un univers où vous serez en mesure de créer, dans lequel vous ne serez pas brimé, où l'on pourra faire de vous une star. Nous voulons que vous puissiez donner la pleine mesure du talent fabuleux dont vous avez fait preuve sur *Alone in the Dark.*

Et de proposer la création d'une société à Lyon dans laquelle Raynal serait actionnaire. Totalement déboussolé, Raynal ne parvient pas à prendre au sérieux le plateau d'argent qui lui est présenté. Lorsqu'il rentre au pays et conte l'entrevue à Gael, Salmeron et Chanfrey, l'histoire les fait pouffer par son caractère abracadabrant.

Les premiers articles sur *Alone in the Dark* qui apparaissent dans la presse spécialisée sont du même tonneau que celui publié dans *Tilt.* Tous saluent l'exploit technique et jugent qu'un magistral pas en avant vient d'être franchi. « Nous testons des jeux, beaucoup de jeux, indique *Génération 4.* Certains sont grotesques, d'autres bien, voire même excellents. Et puis de temps en temps, arrive LE jeu, celui qui révolutionne l'univers de la micro, celui qui fait passer des nuits blanches, celui que l'on ne peut plus quitter et vous émerveille. Saluons l'arrivée en ce club très fermé d'un monument : *Alone in the Dark. » PC Review* n'est pas en reste : « *Alone in the Dark* fait partie de ce genre de jeux auquel on continuera de faire référence dans les années à venir. »

Fort d'un tel accueil qui laisse augurer des ventes

faramineuses, Bonnell .réunit l'équipe de développement et demande la mise en chantier immédiate d'*Alone in the Dark 2.* Pour la première fois, Raynal se rebiffe. S'il est ravi de donner une suite à son œuvre, il veut réécrire son moteur 3D afin de le rendre plus puissant. Préoccupé par l'efficacité, Bonnell préfère que les programmeurs utilisent tel quel l'outil déjà développé — il ambitionne de publier la version 2 six mois après la première. Raynal, qui n'avait jamais encore élevé la voix, proteste :

— Je connais bien le milieu du logiciel. La technologie évolue très rapidement. Si nous ne prenons pas une avance sur le plan technique, d'autres nous rattraperont.

Mais son coup d'éclat demeure lettre morte.

Pendant ce temps-là, Senneville, qui voit les semaines passer sans avoir de nouvelles de Raynal, manifeste sa déconvenue à Philippe Delamarre, vice-président de Delphine.

— Il doit y avoir un malentendu. Ils ne peuvent pas décemment refuser ce que nous leur proposons !

Delamarre demande alors qu'on lui laisse carte blanche pour traiter l'affaire.

Fin novembre, Raynal et Chanfrey sont venus à Paris afin d'effectuer la démonstration de leur jeu à la FNAC Micro. À l'heure du déjeuner, Philippe Delamarre, demande à rencontrer les deux programmeurs. Il revient alors à la charge, affirmant que l'offre de Delphine est bel et bien concrète.

— Senneville est un compositeur, explique Delamarre. De ce fait, il connaît l'univers de la création et en respecte les principes. Il sait parfaitement qu'il faut donner aux artistes l'environnement optimal pour donner libre cours à leur talent.

Et de conter son propre parcours : Delamarre est entré dix-huit ans plus tôt aux éditions AZ alors dirigées par de Senneville comme coursier à bicyclette et a gravi un à un les échelons. Raynal et Chanfrey écoutent attentivement ses arguments mais ne parviennent pas à se décider.

De retour à Lyon, Raynal démarre le travail sur la ver-

sion 2 *d'Alone in the Dark* et ressent une frustration qui s'intensifie de jour en jour. Perfectionniste, il trépigne intérieurement à l'idée des améliorations qu'il pourrait apporter à son moteur 3D si l'occasion lui en était donnée.

Delamarre revient à la charge en décembre; il descend expressément à Lyon pour rencontrer Raynal, Chanfray, Salmeron et Barroz. Il trouve cette fois un auditoire conquis. D'autant que sa requête est désormais assortie d'un ultimatum :

— Paul de Senneville veut une réponse définitive dans les dix jours. Il n'est plus disposé à attendre. S'il le faut, il est prêt à payer le montant de vos préavis à Infogrames!

Le vendredi soir, Infogrames fête sa neuvième année dans une guinguette en bordure de l'Oise. La liesse est de rigueur, la société lyonnaise ayant traversé l'année la plus dure de son histoire et survécu de manière quasi miraculeuse. Mais le lundi matin, les quatre programmeurs viennent frapper à la porte de Bruno Bonnell pour annoncer leur départ ! Décontenancé, Bonnell cherche à retenir l'équipe en proposant de s'aligner sur l'offre de Delphine. Raynal appelle Paris puis revient quelques heures plus tard en annonçant que la proposition a augmenté. Bonnel tente de faire bonne figure et se refuse à aller plus loin. L'amour-propre du fondateur en prend un coup — il supporte mal que l'on vienne marcher sur ses plates-bandes en pays conquis, sur la terre lyonnaise.

Pour l'heure, Bonnell se veut grand seigneur et demande à Raynal de réaliser la version coréenne *d'Alone in the Dark*, et aussi la version CD-ROM avant son départ. Le programmeur s'attelle à la tâche avec assiduité, convaincu que le patron d'Infogrames saura exprimer sa reconnaissance par une prime conséquente.

Alone in the Dark est un succès immédiat. Dans les FNAC, les boîtes quittent les étagères une à une, pour le plus grand plaisir des gérants de magasins. Au sein d'Infogrames, tous sont persuadés que l'équipe de Raynal reviendra frapper à la porte un mois plus tard. D'autres sont persuadés qu'ils ne partiront pas vraiment et que le temps portera conseil.

Mais, à la fin janvier, son préavis terminé, Raynal vient faire ses adieux à Bonnell.

Troublé, le fondateur d'Infogrames laisse éclater son dépit.

— Ah, tu t'en vas? Eh bien, au revoir!

La réaction tranchée de Bonnell et l'absence de versement d'une prime pour bons et loyaux services laisseront longtemps des traces, même si, avec le recul, Raynal les percevra de manière plus nuancée.

Le 3 février 1993, le magazine *Génération 4* organise la remise de ses récompenses annuelles à Disneyland Paris. Le rédacteur en chef du journal a demandé à l'équipe *d'Alone in the Dark* d'être présente, ce qui laisse augurer d'un prix — de fait, 44 % des lecteurs l'ont désigné comme meilleur jeu d'aventure. Lorsque vient le moment tant attendu, Raynal et ses accolytes se préparent à se lever lorsqu'ils entendent le présentateur clamer :

— J'appelle Bruno Bonnell à la tribune.

Tandis qu'autour d'eux, plusieurs membres de l'assistance enjoignent l'équipe de gagner la scène, le grand communicant d'Infogrames prend le micro et plaisante :

— Je remercie Dieu, mon chien, ma grand-mère et naturellement, toute l'équipe d'Infogrames pour un si beau projet.

Malgré les quelques sifflements qui retentissent dans la salle, l'affaire en reste là. L'édition suivante de *Génération 4* ironise sur cet « oubli » qui en dit long sur le dépit du manitou d'Infogrames.

Raynal n'obtient aucun droit sur les ventes et ne peut y prétendre faute d'avoir été cité comme créateur du logiciel dans les crédits ! « J'ai été trop naïf... » soupire le programmeur avec un brin de nostalgie. Interrogé sur le sujet, Éric Motet explique qu'Infogrames repose tout simplement sur une logique de rémunération qui lui est propre : l'édition lyonnaise préfère verser aux programmeurs des salaires plutôt que des droits d'auteur.

La déconvenue de Raynal sera compensée par l'aura obtenue par le titre. *Alone in the Dark* se vend à 400 000 exemplaires et le magazine américain *Compu-*

ter Gaming World le désignera meilleur jeu de l'année. La plus belle reconnaissance viendra toutefois de Shigeru Miyamoto qui, lors d'un salon, déclarera à Frédéric : *«Alone in the Dark* est le jeu que j'aurais aimé créer. » De la part de l'homme qui a créé *Mario,* le plus gros best-seller de tous les temps, le compliment n'est pas mince. *Alone in the Dark* fait également l'objet de nombreuses imitations, telles *Ecstatica* ou *Resident Evil*

Dès le début de l'année 1993, Adeline s'installe dans des locaux en face de la gare Lyon-Part-Dieu, que Senneville a financés grâce au succès d'une composition, *Song of Ocarina,* un duo de violoncelle et d'ocarina. Raynal, Salmeron, Chanfrey et Barroz, qui doivent d'abord se contenter d'une table, de quatre chaises et d'un PC, mettent en route un nouveau jeu, *Little Big Adventure (LBA).* Ils décident au passage de prendre le contre-pied des jeux « cyber » à la *Blade Runner* et de créer un univers tendre et poétique.

Raynal, ayant abandonné son outil de développement à Infogrames, se voit dans l'obligation d'en réécrire un autre en partant de zéro. Le moteur 3D auquel il donne naissance pendant neuf mois de programmation fait franchir une nouvelle étape dans l'art de l'illusion numérique. Aux alentours de Noël, Adeline, qui jouit d'une paix royale, apprend que le numéro un mondial du jeu, Electronic Arts, va distribuer *LBA.* Sans faire de bruit, Senneville a négocié une distribution qui n'aura rien à envier à celle d'*Alone in the Dark.*

Lorsque les journalistes spécialisés découvrent le nouveau jeu à la fin du printemps 94, l'émerveillement est une fois de plus la norme. Quelle finesse dans la palette des couleurs, dans l'architecture des bâtisses, le rébus des pavés, des pelouses et grillages tranquilles !... Toute la splendeur d'un art de vivre est instantanément relayée par la noblesse d'un pinceau maniéré et soigneux. Toutefois, la véritable prouesse réside dans une animation chaleureuse des personnages qui confère au moindre d'entre eux un caractère, une vérité et une incroyable densité. S'ajoute à cela un enrobage sonore fouillé, du bruit des pas sur l'herbe jusqu'aux séquences musicales enlevées.

Il est aisé de s'attacher aux pas du héros Twinsen, de partager ses émois, déconvenues et sa rage de vaincre ceux qui menacent ce paradis. La séduction visuelle de *LBA* est prégnante, et il ne manquerait que les parfums subtils des parterres de fleurs splendidement apprêtés, les senteurs de l'humus et du varech, pour que l'on se glisse pour de bon dans ces lieux choisis.

Publié à la fin de l'année 1994, *LBA* devient l'un des best-sellers de 1995 avec plus de 200 000 exemplaires vendus. Il plafonne en revanche à 30 000 unités aux États-Unis à cause d'un marketing incohérent. « Au lieu de conserver le titre original qui faisait ressortir l'aspect magique du titre, Electric Arts l'a rebaptisé *Impitoyable* et la jaquette américaine du produit montrait un Twinsen agressif, explique Raynal. Quant à la publicité américaine, elle montrait des scènes de combat. Au final, les ventes ont été fort inférieures à ce qu'elles auraient pu être normalement. »

Pour la version 2 de *LBA,* les chevaliers lyonnais ont donc exigé la sélection d'un autre éditeur américain. Et Senneville a obtempéré. Entre-temps, la réputation d'Adeline est devenue telle qu'Ed Fries, qui dirige la division Jeux chez Microsoft, est venu rencontrer l'équipe en vue d'une collaboration potentielle. Fries n'a pas manqué de signaler que ses deux jeux préférés s'intitulaient *Alone in the Dark* et *LBA...*

Et tandis que les programmeurs d'Adeline explorent de nouveaux territoires, les lettres continuent d'affluer au magasin de Brive-la-Gaillarde au sujet de *Pop Corn* ! Comme certains demandent régulièrement si une nouvelle version pourrait un jour apparaître, Raynal a trouvé une élégante parade. Dans *LBA 2,* Twinsen peut s'approcher d'une borne d'arcades. S'il la déclenche, il découvre... une version moderne de *Pop Corn* !

CHAPITRE 9

THE SEVENTH GUEST LE CHOC ESTHÉTIQUE

Certaines œuvres semblent nées pour opérer un tournant, marquer la naissance d'une école, réorienter un art vers des terres immaculées. *The Seventh Guest* est d'un tel levain. S'il submerge d'abord le spectateur par sa splendeur graphique, sa somptueuse lumière et la magnificence des décors, ce jeu mutant capte l'attention par des séquences troublantes, capables de susciter l'effroi comme l'émerveillement, tout en maintenant un sombre suspense, une sourde inquiétude. Pour prendre ses marques face une telle œuvre, il faut aller chercher ses références dans la littérature et le cinéma. Ce jeu emprunte aussi bien à Hitchcock qu'à David Lynch, au *Frankenstein* de Mary Shelley qu'au Dickens des *Temps difficiles,* mais aussi à *Barry Lyndon* et au Walt Disney de *La Belle au Bois Dormant.* Un mélange habile d'esthétisme, d'angoisse, de drame et de suspicion.

The Seventh Guest n'est pas exempt de carences et faiblesses. La complexité des énigmes, la patience et la jugeote nécessaires à résoudre certaines d'entre elles confinent à l'absurde. La découverte des chambres du manoir et la progression dans l'intrigue sont régulièrement ralenties par l'obligation de manipuler les pions de damiers obscurs. Mais la substance du jeu a été moins cruciale que son enveloppe. *The Seventh Guest* a tout changé sur le plan visuel, officialisant l'entrée du jeu vidéo dans un âge plus raffiné. À partir d'avril 1993, plus rien n'a été comme avant. Le CD-ROM, ce support capable d'engranger suffisamment d'informations pour accueillir des séquences filmées, est devenu la norme. Du jour au lendemain, le jeu interactif s'est ouvert à un public plus exigeant et plus mûr. Le genre a découvert la grâce, les mouvements de caméras plongeants, la subtilité des couleurs, des plans et des superpositions d'images.

Martin Alper a produit *The Seventh Guest* sur une intuition, puisant en cela dans sa sensibilité artistique. « Je ne possède pas d'ordinateur et je n'ai jamais joué à aucun jeu, explique le gentilhomme qui préside aux destinées de Virgin Games. Pourtant, j'en ai produit plus d'un millier pendant ces quatorze dernières années. Les jeux ne m'intéressent pas. Ce qui m'intéresse, ce sont les individus et les progrès culturels que leurs créations peuvent engendrer. Je cherche avant tout à produire une différence dans la société. »

S'il est un élixir auquel aime s'abreuver le Britannique vêtu de noir, c'est l'art sous toutes ses formes. Peintre et sculpteur, Alper aime à souder des pièces d'acier qu'il découpe à la flamme dans sa demeure qui longe une plage de Laguna Beach. Pendant de longues années, l'esthète a dévoré jusqu'à six romans par semaine avec une préférence marquée pour Jean-Paul Sartre, Frédéric Forsythe et John Le Carré. Insatiable cinéphile, Alper visionne en moyenne un film tous les deux jours et peut parler pendant des heures de ceux qu'il a adorés. L'éventail de ses goûts couvre aussi bien des œuvres post-apocalyptiques à la *Mad Max* que les premiers Coppola, des films européens comme *Les Chariots de feu* ou *Manon des Sources,* et des œuvres d'auteur tels que la trilogie *Bleu, Rouge* et *Blanc* ou encore *La Cité des enfants perdus.*

En 1988, Alper a vendu les parts de l'édition de jeux qu'il avait fondée en Angleterre en collaboration avec Frank Herman, à Richard Branson, président de Virgin. Sur la demande de ce dernier, il a pris la direction d'une filiale américaine créée pour l'occasion, Virgin Games. La société a été établie à Orange, près de Los Angeles,

en vue de développer une gamme de jeux au rayonnement mondial.

Alper intellectualise tout ce qu'il traite et opère souvent à partir d'idées préconçues, de convictions intimes échappant à toute logique. Cette disposition peut avoir ses revers : il aime à se vanter d'avoir refusé de signer *Tetris* ! Mais elle permet aussi d'investir des sommes gigantesques sur un simple coup de cœur, comme aux meilleures heures du cinéma.

Lors d'un voyage à Londres en vue de rencontrer Richard Branson et Frank Herman, Martin Alper trouve l'un de ses amis programmeurs, Graeme Devine, en pleine dépression suite au départ de sa petite amie. Le président de Virgin Games éprouve une profonde estime pour cet énergumène dont la sensibilité est à fleur de peau.

— L'Angleterre ne te traite pas toujours comme tu le mériterais, susurre Alper. Pourquoi ne viendrais-tu pas me rejoindre en Californie?

D'un naturel désarmant, Grame Devine est incapable de cacher ses émotions. Avec ses cheveux longs et ses lunettes, son corps maigre et élancé, il n'est pas sans rappeler le Roger Waters du Pink Floyd des premières heures. Mais à la différence du compositeur hanté par le psychédélisme, Devine n'a de cesse de rire de manière presque juvénile. Il se distingue par un quotient intellectuel démesuré : Devine est membre de la Mensa, ce fameux cercle qui n'accueille en son sein que des individus démontrant un niveau d'intelligence supérieur à celui de 98 % de la population planétaire.

Lorsque Martin Alper évoque les déboires britanniques de Graeme Devine, il fait référence à l'adolescence de celui-ci. Alors qu'il n'avait que 14 ans, le téléphone a sonné un jour dans la maison parentale. Un cadre d'Atari a alors demandé au petit Graeme s'il serait libre pour effectuer l'adaptation d'un jeu de Namco, *Pôle Position.* La réputation de ce programmeur improvisé était remontée jusqu'au bureau de la filiale du constructeur américain ! Graeme ne pouvait décemment refuser une telle offre et pendant une semaine, il a fait

l'école buissonnière, réalisant la prestation demandée avec la maîtrise d'un Houdini.

Mais dans les strictes écoles de la perfide Albion, il ne faisait pas bon s'écarter de la voie rectiligne. Loin de porter aux nues le prodige, le directeur du lycée a sévèrement réprimé ce pas de côté. Pourquoi une si longue absence? a demandé l'autorité scolaire. Dans sa touchante naïveté, le boutonneux a dit la vérité. Il a aussitôt été éjecté de l'établissement comme un vulgaire gougnafier.

Malgré cette expérience, Graeme a conservé une étonnante spontanéité, demeurant imperméable au caractère factice des relations sociales. Comme pour mieux se protéger, à l'âge de maturité, il s'est embarqué pour un tour du monde étendu. À son retour en Angleterre, il a participé à la création d'un jeu déjanté, *Attack of the Killer Tomatoes* (« L'attaque des tomates assassines ») puis a créé une édition de logiciels dont l'orientation était ouvertement loufoque : *Ice Cream and Doughnuts* (« Crème glacée et beignets »)

Suite à la bienveillante requête de Martin Alper, l'amant dépité tire un trait sur son passé britannique et s'envole pour la côte Ouest des États-Unis. Bien lui en prend, car après quelques mois de vie à Orange, il va rencontrer la femme de sa vie.

Devine ayant été nommé responsable de la recherche et du développement, tous les jeux produits chez Virgin passent désormais par ses fourches caudines avant d'être approuvés. Martin Alper découvre que le surdoué cache une humeur cyclothymique. Dans la mesure où il souffre de façon latente de maux de tête qui s'amplifient lorsqu'il est sous pression, l'euphorique Devine sombre souvent dans de longues périodes maussades où il se renferme sur lui-même et cultive le goût du secret.

La deuxième recrue de choix de Virgin Games s'appelle Rob Landeros, un orfèvre de l'image. Suite à un message laissé sur son répondeur, Rob Landeros appelle Virgin Games pour s'enquérir d'un poste à pourvoir. Il tombe alors sur un Graeme Devine surexcité qui lui décrit le profil souhaité avant de donner libre cours à

son exaltation. « Vous savez quoi ? Je viens juste de me fiancer ! Vous vous rendez compte ? » Landeros félicite Devine et ne peut s'empêcher de penser qu'il doit être agréable de travailler pour un individu d'une telle candeur, capable de partager son bonheur avec un simple inconnu.

Landeros est un personnage à deux facettes, au sens propre comme au figuré. Cet homme au faciès asiatique, d'ascendance coréenne et latine, porte des cheveux courts en apparence. Mais lorsqu'il tourne la tête, son interlocuteur découvre qu'il porte une petite queue de cheval. Son caractère est à l'avenant : Landeros paraît sérieux au premier abord et dans les faits, se révèle un boute-en-train.

Dans les années soixante-dix, après avoir suivi les enseignements d'une école d'art, Rob Landeros a vécu une existence de bohème, habitant dans des communautés hippies et subsistant grâce aux bandes dessinées « underground » qu'il commettait de manière dilettante. Il s'est lancé ensuite pendant six ans dans la gravure à l'ancienne sur ivoire fossilisé, une activité qui lui permettait de subsister honorablement. Ce n'est qu'en 1986, lors de la sortie de 1'Amiga.de Commodore, que Devine a découvert le monde des ordinateurs et a commencé à utiliser des logiciels de dessin.

Landeros s'est lié d'amitié avec l'auteur indépendant de jeux Jim Sachs. Ce dernier avait réalisé pour l'éditeur Cinemaware un titre pour l'Amiga, *Defender of the Crown,* qui faisait preuve d'une grande audace en matière de graphisme. Sachs a adopté une approche cinématographique pour représenter les plans. La joute entre chevaliers, par exemple, apparaissait comme si elle avait été filmée du haut d'une colline avec une plongée progressive vers le lieu de l'action. Landeros s'est senti ouvertement influencé par un tel travail et revendiquait clairement l'influence de Sachs.

Cinemaware qui était à la recherche d'un directeur artistique a proposé une embauche à Johnatan Sachs. Or, ce dernier ne se sent pas en mesure d'assumer une telle responsabilité : il traversait une période difficile sur le

plan personnel et frôlait parfois la dépression nerveuse. Sachs a recommandé toutefois le nom de Landeros. C'est ainsi que le baba-cool s'est retrouvé chez Cinemaware où il est demeuré deux années durant.

Peu après la fondation de Virgin Games, Martin Alper s'aperçoit que les plus belles réalisations en matière de jeu sont publiées par Cinemaware et apprend que Rob Landeros est l'individu qui en supervise la conception. Il charge Devine d'entrer en contact avec le Latino -Asiatique et de lui proposer une fonction chez Virgin Games : embellir l'aspect des jeux.

Landeros ne va pas tarder à s'émerveiller de la capacité de concentration dont peut faire preuve Devine. « Il donne l'impression qu'il lui suffit de regarder un ordinateur pour en absorber l'essence. » Le grand dadais manifeste également une puissance de travail hors pair alors que Landeros, pour sa part, est réfractaire aux semaines de sept jours au bureau et rechigne à sacrifier ses week-end de balades en moto. Les deux artistes vont néanmoins s'entendre comme larrons en foire.

L'une des tâches confiées à Landeros est de recruter divers illustrateurs et de les former à la réalisation de jeux. L'une de ses premières recrues se nomme Robert Stein III, un dessinateur de talent qui ignore tout de la programmation des ordinateurs. Avec ses cheveux longs coiffés vers l'arrière et sa moustache, Stein III paraît sortir d'*Easy Rider,* L'homme à la tête de motard révèle un don pour la création d'images de synthèse, doublé d'une exceptionnelle méticulosité.

Entre 1988 et 1990, le département dirigé par Devine et Landeros passe de cinq à trente personnes. Mais les deux maîtres d'œuvre de Virgin Games s'ennuient. Martin Alper a lancé le développement d'une dizaine de titres pour la console NES de Nintendo. Graeme Devine et Rob Landeros ne dissimulent aucunement leur frustration d'avoir à s'occuper de tels jeux sur cartouche, car les limitations de la NES interdisent toute sophistication dans l'aspect visuel. Ils rêvent de pouvoir créer un jeu sur CD-ROM, ce nouveau support multimédia dont la capacité est plus de cent fois supérieure à celle d'une

disquette ou d'une cartouche. Mais Alper estime qu'une telle aventure serait trop risquée pour Virgin Games, car trop peu d'utilisateurs de PC possèdent l'équipement qui permettrait de lire un tel disque compact interactif.

Au cours d'une attente à l'aéroport de New York en octobre 1990, le concept d'un jeu multimédia germe au hasard d'une discussion. Tout en prenant un café, Devine et Landeros visionnent le troisième épisode de *Twin Peaks,* la série culte produite par David Lynch pour la télévision. Dans la salle, ils peuvent entendre les consommateurs débattre sur le sujet qui électrise une partie de l'Amérique : qui a tué Laura Palmer?

— Ce serait formidable de raconter une histoire de ce genre, lâche Devine.

— Du genre : qui a tué Untel ? demande Landeros.

— Oui, mais avec un scénario excentrique...

— Le joueur pourrait mener l'enquête dans une ville.

— L'ennui avec une ville, c'est que nous ne pourrions jamais représenter toutes les rues. Il y aurait des endroits où le joueur ne pourrait aller. Ce serait frustrant.

— Nous pouvons prendre un environnement plus restreint. Comme une maison hantée.

— Une maison hantée, c'est cela ! Avec des fantômes qui pourraient apparaître à n'importe quel moment...

La trame de *The Seventh Guest* est ainsi élaborée en moins de temps qu'il n'en faut pour changer d'avion. Le visiteur d'un inquiétant manoir doit résoudre un certain nombre d'énigmes s'il veut en ressortir vivant. Au cours de sa quête, il découvre que six hôtes ont été assassinés auparavant, ce qui fait de lui le septième invité (en anglais : *Seventh Guest)* d'un ténébreux châtelain.

Les deux créatifs rédigent un document de présentation pour ce jeu dont ils entrevoient la réalisation sur CD-ROM. Afin de mieux retranscrire l'atmosphère souhaitée, ils visionnent de nombreux films d'horreurs. L'ambiance sera glauque et angoissante, mais délicieusement glamour.

Par une journée de novembre 1990 à 11 heures du matin, Martin Alper reçoit le synopsis de Devine et Landeros. L'ordonnateur des réjouissances interactives est d'emblée séduit par le parfum singulier qui émane de ces quelques pages. Les ingrédients d'un ouvrage de portée considérable sont présents en filigrane : un visuel troublant et léché, une intrigue apte à tenir en haleine, une réalisation hors du commun en regard de l'état de l'art. Les deux enfants prodiges de Virgin Games ont réussi à toucher l'Orson Welles qui sommeille en lui.

Sans plus attendre, Martin Alper se dirige vers le bureau de Devine et le convie à déjeuner, en compagnie de son *alter ego.* Il conduit les deux hommes dans sa Rolls Royce jusqu'à un proche restaurant.

Le repas dure trois heures, au cours desquelles les deux concepteurs, tout en commentant leurs croquis, expliquent qu'ils envisagent de créer un jeu avec des images d'une qualité comparable au cinéma. Ils songent même, à certains moments, intégrer des scènes avec des acteurs filmés. Alper est interpellé par l'ambition du projet. Un tel pari le laisse rêveur. Cette œuvre pourrait établir un jalon ; le jeu interactif ferait un saut analogue à celui qu'a connu le septième art lors du passage du muet au parlant.

Vers seize heures, Alper lâche son verdict.

— Votre vision est judicieuse. Je vais produire *The Seventh Guest.* Mais je m'en vais également vous licencier sans plus attendre. Votre avenir n'est plus chez Virgin Games.

Devant le regard ébahi des deux créatifs, il ajoute :

— Je m'explique... Votre projet est fantastique. Si vous le menez à bout, nous devrions aboutir à un produit magnifique. Mais nous ne pouvons pas le réaliser en interne, cela représentait un changement trop important dans la façon d'opérer de Virgin Games.

— Comment cela? hasarde Landeros.

— Mes programmeurs ne comprendraient pas pourquoi vous avez le privilège d'élaborer une œuvre aussi ambitieuse alors qu'eux doivent se contenter de petits Mickeys pour consoles Nintendo. Si je vous conservais chez Virgin Games, mon bureau serait vite submergé de projets à la *The Seventh Guest.* Je ne peux pas me permettre de laisser une telle situation se développer.

— Que suggérez-vous ? demande Devine.

— Que vous établissiez votre propre atelier de développement hors de Virgin. Je mettrais l'argent nécessaire pour que vous puissiez réaliser *The Seventh Guest* en toute quiétude.

Lors du retour chez Virgin Games, Alper croit bon d'ajouter :

— Juste un détail. N'établissez pas votre entreprise à plus d'une heure et demie de Virgin. Il faut que je puisse vous rendre visite aisément.

Devine et Landeros adressent un mémo à leurs collègues dans lequel ils annoncent la création de leur atelier de développement, qu'ils ont nommé Trilobyte. Ils donnent rendez-vous à chacun pour Noël 1991, date à laquelle sera prêt *The Seventh Guest.*

S'il est un lieu dans lequel rêve de vivre Landeros, c'est au sud de l'Oregon. En 1982, il s'est rendu avec son cousin dans cet Etat au nord de la Californie afin d'effectuer une randonnée pédestre. Il a découvert un environnement de type méditerranéen avec une végétation éclatante. Lors d'un passage par la ville d'Ashland, ils se sont arrêtés dans un parc, et Rob s'est surpris à penser qu'il aimerait vivre dans cet endroit. Il s'y est alors établi pendant deux ans, affectionnant les parcours en moto le long des routes sineuses — il appelle ces instants, le « zen instantané ».

Landeros décrit ce lieu idyllique à Devine, expliquant qu'il s'agit d'un endroit où la vie est moins chère qu'en Californie, que le climat est doux et que l'ambiance est beaucoup plus sereine : on peut aisément y avoir une maison avec famille, chiens et chats !

— Ashland n'est pas véritablement à quatre-vingt-dix minutes de Los Angeles, fait remarquer Devine.

— Bof... Martin Alper a sans doute voulu dire... quatre-vingt-dix minutes en avion !

Début décembre, les deux compères se rendent à San Jose afin d'assister à une conférence sur les arts de l'illustration. Ils préviennent alors leurs épouses qu'ils ne vont pas rentrer immédiatement, ayant l'intention de remonter la côte afin de chercher un endroit où établir leur société. Ils aboutissent bientôt à Ashland en Oregon et poursuivent leur route jusqu'à une bourgade du nom de Jacksonville. Cette singulière cité a été préservée dans son état historique, comme au début du siècle.

Le hasard veut qu'ils arrivent le 5 décembre, une date en tout point particulière, où cette ville fête la proche venue de Noël par l'illumination des arbres urbains. Les deux touristes se retrouvent mêlés à un stupéfiant spectacle : les habitants, habillés à la façon du xix^{e} siècle, défilent dans les rues tandis que les lumières s'allument une à une. Des chanteurs habillés en costume victorien s'assemblent autour de leur automobile en déclamant des chants. Un Père Noël passe en traîneau et adresse un signe amical. Des vendeurs de marrons grillés les accostent avec gentillesse. Et comme si la Nature voulait contribuer à l'événement, la neige se met soudain à tomber. Graeme Devine, qui n'en croit pas ses yeux, a l'impression de se retrouver dans la rue principale de Disneyland, lieu mythique entre tous, pour ce qui le concerne. Pas de doute, Jacksonville apparaît comme l'endroit idyllique pour édifier une société. Landeros, qui guettait une telle réaction, soupire intérieurement.

Le coup de foudre va continuer lorsqu'ils se mettent à la recherche d'un bureau. Le seul espace qui soit disponible est un vieux bâtiment en briques rouges, avec des pièces décorées à l'ancienne, des parquets boisés, de hauts plafonds, une vieille et ample cheminée... Avoir déniché un endroit tel que celui-là leur coupe le souffle. Ils signent sans réfléchir, de peur de se réveiller d'un songe s'ils laissent le sablier du temps égrener ses fragiles particules.

Les deux anciens employés de Virgin s'en reviennent à Orange et informent Alper du fait qu'ils ont établi Trilobyte en Oregon.

— Mais pourquoi avoir choisi une ville aussi éloignée? questionne Alper.

— Parce qu'il n'y a rien à faire là-bas, explique Devine. L'endroit est calme, retiré. On n'y trouve aucune compagnie de jeux à des kilomètres à la ronde, rien de ce qui pourrait être de nature à nous distraire. En

fait, il n'y a qu'une seule chose que nous pourrons faire sur place : nous concentrer sur le développement de *The Seventh Guest.*

Pour les deux programmeurs, le plus dur reste à faire : expliquer à leurs femmes qu'il va falloir quitter la trépidante Californie pour une petite ville provinciale de l'Oregon. Afin de juger par elles-mêmes, les épouses Devine et Landeros se rendent à Jacksonville en janvier 1991. Le capricieux destin veut qu'elles atterrissent dans un environnement de catastrophe par une semaine de gel historique. De nombreux tuyaux ayant explosé sous la pression du froid, une partie de la ville est inondée, les rues sont pour la plupart impraticables et l'atmosphère générale est à la panique. Il n'en faut pas plus pour affoler les deux jeunes Californiennes, épouvantées par l'ampleur de la temporaire calamité. Graeme et Rob ont fort à faire pour convaincre leurs moitiés du charme discret de Jacksonville.

Lors d'une conversation sur un réseau informatique (GEnie), Rob Landeros entend parler de Matthew Costello, un journaliste qui a écrit plusieurs romans d'épouvante et jeux de rôles. Il entre en contact avec cet oiseau rare et demande s'il serait prêt à métamorphoser le synopsis de *The Seventh Guest* en un véritable script. L'écrivain est enchanté : « J'ai toujours rêvé d'élaborer un jeu d'épouvante, un jeu qui donne réellement le frisson. »

Costello décrit le manoir dans ses moindres détails du passé et du présent puis narre l'histoire qui va s'y dérouler au sein d'une nouvelle de quatre-vingts pages.

À l'époque où l'Amérique traverse la crise économique de 1929, Henry Stauff, un ancien criminel doté de pouvoirs ésotériques, ferme ses boutiques de jouets maléfiques et s'installe dans un manoir isolé. Six notables de la région demandent à séjourner dans le château, dans l'espoir que Stauff pourra concrétiser leurs rêves personnels.

Le joueur se retrouve dans la demeure sans vraiment savoir comment il est arrivé là et comment s'échapper des lieux. Lors de sa visite, il rencontre les fantômes des autres invités et doit, à partir de leurs témoignages, reconstituer ce qui s'est passé afin d'élucider les plans de Stauff et s'en sortir vivant.

L'histoire est transformée en un premier script qui décrit les parties interactives et un deuxième, de type cinématographique, qui va servir de base pour les séquences intermédiaires du jeu.

À Jacksonville, Devine et Landeros se retrouvent dans leur immense maison presque déserte, qui pendant plusieurs jours n'est équipée que d'un bureau, d'une chaise et d'un PC. Au moment où Trilobyte démarre, les outils qui permettraient de réaliser *The Seventh Guest* n'existent pas. Aucun logiciel ne permet d'animer des images sur PC de manière réaliste et fluide, encore moins de simuler le déplacement d'un visiteur dans un décor avec des effets d'ombres et de lumières et un fond sonore dignes d'un film. Il va falloir créer de tels outils de toutes pièces.

Autodesk vient de publier un logiciel de dessin avancé, 3D Studio, qui autorise la représentation d'images en trois dimensions, mais sa maîtrise est complexe. Rob Landeros décide qu'il l'utilisera essentiellement pour retoucher des images existantes. Pour représenter l'intérieur du manoir, le plus simple semble en effet de photographier les pièces d'une authentique maison de style victorien : elles abondent à Jacksonville! De tels clichés seront ensuite scannés dans l'ordinateur.

Afin de gérer l'animation, Devine crée un programme qui va permettre de jouer une succession d'images issues de 3D Studio. Afin que d'autres puissent en bénéficier, il place ce programme en libre diffusion sur Internet. Quelques semaines plus tard, Trilobyte reçoit une lettre manuscrite d'Autodesk, accompagnée d'un chèque de 30 dollars et de quelques disquettes.

« Voici notre contribution pour votre programme. Mais nous tenions à vous faire savoir que nous développons notre propre logiciel d'animation, Animator Pro. Nous sommes ravis de vous en adresser une préversion. »

Trilobyte se retrouve ainsi doté d'un produit d'avant-garde pour réaliser ses animations !

L'un des objectifs recherchés pour *The Seventh Guest* est de donner au joueur l'impression qu'il peut errer à son gré dans le manoir de Henry Stauf, et avancer dans toutes les directions. Pour restituer cet effet, Landeros envisage d'effectuer des prises de vues à 360 degrés à partir d'une caméra panoramique. Mais Jackson ville n'est pas Los Angeles et il s'avère impossible de dénicher un tel équipement en location à des dizaines de kilomètres à la ronde. Rob se rabat sur un appareil de photographie à objectif grand angle, monté sur un trépied. En faisant tourner un tel dispositif, il est possible de prendre des clichés qui sont ensuite accolés les uns aux autres. Hélas, Landeros s'escrime sans succès à concevoir les pièces du manoir à partir de tels montages photographiques : lorsqu'il juxtapose les photographies sous 3D Studio, un effet de distorsion disgracieux se fait sentir.

The Seventh Guest est censé sortir en décembre et la réalisation des décors est toujours au point mort au mois de mai. C'est alors que Robert Stein III rejoint Trilobyte. Le dessinateur moustachu a quitté Virgin vers la fin 1990 et a passé plusieurs mois dans un cabinet d'avocats à utiliser 3D Studio — il avait pour tâche de recréer sous forme graphique l'atmosphère de procès en justice. La nouvelle recrue de Trilobyte soulève une idée extravagante : représenter l'intégralité du manoir en partant de zéro à l'aide de 3D Studio. Landeros s'avoue sceptique; tout ce qu'il a jamais vu faire avec un tel logiciel était des cubes, des boules et autres volumes avec leurs ombres et effets de lumière. Il paraît impossible de reproduire à partir d'un tel programme le niveau de détails d'une maison victorienne — elles fourmillent d'éléments décoratifs en tout genre.

Stein passe une semaine à concevoir une pièce simple avec une cheminée et des chaises. Les dessins ne sont pas particulièrement convaincants. Toutefois, lorsqu'ils sont animés avec Animator Pro, l'effet est surprenant : l'atmosphère est bel et bien celle d'une maison hantée.

Stein définit une à une les vingt-deux pièces de la maison hantée : bibliothèque, chambres, couloirs... Il lui faut plusieurs semaines pour créer chacune d'entre elles, temps auquel il faut parfois ajouter quelques journées d'absence imprévisibles. Sous une carapace tranquille, Stein se montre extrême dans ses crises de nerf. Lorsque son PC refuse de fonctionner comme prévu, ses réactions sont totalement incontrôlées. Stein peut saisir son clavier et l'envoyer sans ménagement contre le mur avant de quitter les lieux. Pendant toute une journée, Landeros et Devine n'ont aucune nouvelle de lui. Il revient ensuite chez Trilobyte et s'attelle à nouveau à ses créations graphiques avec la patience et la précision d'un horloger suisse.

La partie la plus complexe incombe à Graeme Devine, qui doit programmer un outil permettant de jouer des images vidéo sonorisées depuis un PC. La réalisation d'un tel logiciel relève de l'exploit technique et, au vu des connaissances de l'époque, paraît même illusoire. L'un des défis consiste à loger de longues séquences vidéo sur un support informatique, sachant que sous forme numérique une image couleur peut occuper jusqu'à 1 million d'octets. Comme le CD-ROM ne peut loger que 600 millions d'octets, la solution consiste à créer un programme complexe de compactage, éliminant toutes les informations redondantes.

Dans la mesure où ils explorent un terrain vierge, Devine et Landeros effectuent certains choix de manière infondée. En premier lieu, ils choisissent un rapport d'écran analogue à celui du Laserdisc pour les images du jeu. Les deux hommes partagent une passion sans borne pour le cinéma — Devine a une collection personnelle de plusieurs centaines de films — et sont donc persuadés que seul un format grand écran peut convenir pour *The Seventh Guest.* Par la suite, il se trouvera que cette décision va rendre le travail de Devine relativement plus aisé, puisque les images n'occupent que la moitié de l'écran du PC.

Une autre bourde, commise lors du tournage des parties filmées, va s'avérer étonnamment heureuse. Chaque

fois que le joueur entre dans une pièce, il doit être soumis à une séquence animée dans laquelle apparaît le fantôme de l'un des infortunés visiteurs qui l'ont précédé. Un studio de cinéma a donc été engagé pour diriger les acteurs qui vont personnifier ces êtres éthérés.

Habillés de vêtements classieux des années vingt, les comédiens sont réunis dans une petite salle et filmés sur un fond bleu, Landeros ignorant alors qu'il serait préférable de les filmer sur un fond vert. Le fond bleu aurait été inadéquat pour des personnages réels, car une fois incrustés dans des images sous Animator Pro, les corps apparaissent dans une semi-transparence et laissent des traînées lorsqu'ils se déplacent. Par chance, cet effet se révèle extraordinaire pour représenter le mouvement de fantômes et amplifie le caractère déconcertant des scènes où interviennent ces créatures éthérées...

Un réalisateur, Verin G. Lewis, conçoit une séquence d'introduction de type cinématographique. À la manière des films des années trente, le spectateur voit apparaître un livre dont on tourne les pages. Chacune des vieilles photographies noir et blanc de cet ouvrage s'anime sous la forme d'un film en couleur tandis qu'un narrateur conte la sombre histoire de Henry Stauff. À la fin de chaque scène, les couleurs se volatilisent et l'image redevient monochrome et statique.

Une à une, les pièces de ce fabuleux puzzle sont constituées, des décors aux puzzles en passant par les incrustations filmées. Pourtant, vers la fin de l'année 1991, le projet paraît dans l'impasse. Lors des visites qu'il effectue à Jacksonville, Alper découvre les programmeurs en proie au blues et à l'accablement. Le challenge technique est tel que Devine peine à trouver une solution et doute de ses capacités à jamais y arriver. Si la création des images avance comme prévue, la technologie nécessaire pour les animer tout en diffusant une musique de qualité CD paraît hors de portée. D'ailleurs, les spécialistes de Microsoft consultés par Trilobyte ont donné leur avis sur la question : réaliser un « moteur » graphique et sonore tel que l'envisage Devine relève de l'utopie.

En raison de l'allongement des délais, le budget initial gonfle démesurément. À l'origine, il avait été décidé d'investir 300 000 dollars, une somme deux fois supérieure aux productions les plus coûteuses jamais réalisées jusqu'alors. Au train où vont les choses, il apparaît qu'il faudra doubler la mise.

Alper s'acharne à tirer les ficelles et découvre alors, non sans une certaine animosité, que le retard est essentiellement dû à l'individualisme outré dont peut faire preuve Devine lorsqu'il a une idée en tête. Réticent à partager son travail avec d'autres, l'alchimiste du code a opéré dans un secret absolu, sans informer qui que ce soit de ses recherches. Il a ainsi intégralement assumé une tâche dont il aurait dû, selon Alper, déléguer certaines parties.

Pourtant, l'ire va bientôt céder place à l'émerveillement. En avril 1992, Alper est convié à se rendre au plus tôt à Jacksonville pour voir cela de ses yeux.

Dès son arrivée dans les locaux de Trilobyte, l'amateur d'art qui sommeille en lui est sidéré. Du jamais vu !... Devine a fait en sorte qu'il soit possible d'afficher des animations d'une qualité cinématographique depuis un CD-ROM tout en jouant simultanément de la musique et des dialogues. Mais la technique s'est avant tout mise au service d'une somptueuse fresque visuelle.

L'atmosphère qui émane de *The Seventh Guest* est grandiose. Aucun jeu publié à ce jour n'a jamais transmis une telle force picturale. Certaines scènes au cours desquelles fantômes et squelettes sarcastiques émergent de manière onirique donnent la chair de poule à Martin Alper.

Le jeu de Trilobyte apparaît à Alper comme une œuvre clé, dont l'effet pourrait être comparable à celui de *Blanche-Neige et les Sept Nains* dans le dessin animé. Une création qui, par la maîtrise achevée d'une technique, ouvrirait de nouvelles portes dans la représentation du Beau. L'art du jeu vidéo pourrait faire un bond en avant d'une ampleur considérable.

Le lancement de *The Seventh Guest* est organisé à

l'automne 1992 au Consumer Electronic Show (CES) de Chicago. Alper décide de bâtir un événement mystérieux autour du titre. Dans les sous-sols de l'exposition, une grande salle est décorée de manière à évoquer une chambre de maison hantée. À l'entrée, des gardes interdisent le passage sauf à des invités triés sur le volet : journalistes, distributeurs et éditeurs éminents... Dans l'antre ténébreux, Landeros et Devine effectuent la démonstration de l'invraisemblable jeu sous des regards éberlués. Le bruit se répand bientôt dans les enceintes du CES que l'événement du salon n'est autre que ce logiciel spectaculaire de Trilobyte. Le message : il faut le voir pour le croire!...

Vers la fin de l'événement, des queues se forment à l'extérieur de la chambre noire de Virgin, chacun jouant de ses relations pour décrocher le droit d'entrer à l'intérieur. Certains parlent d'une atmosphère à la Edgar Poe, d'un scénario à la Agatha Christie et surtout, de mouvements de caméra comme il ne s'en est encore jamais vu sur un ordinateur.

Bill Gates, le président de Microsoft, fait partie des rares privilégiés conviés à la « projection privée » de Trilobyte. Il en ressort dans un état fébrile, stupéfait qu'une telle prouesse technique ait pu voir le jour. Quelques semaines plus tard, le charismatique leader le plus écouté de l'industrie du logiciel présente des extraits de *The Seventh Guest* lors de la Convention Multimédia de San Francisco et décrit alors ce jeu comme le « nouveau standard du loisir interactif ».

Précédé d'une telle aura, le jeu qui est publié en avril 1993 devient le premier CD-ROM best-seller. *The Seventh Guest* a coûté plus de 700 000 dollars, une somme jusqu'alors inconnue, mais Virgin Games rentabilise la somme en un temps record. Au bout d'un an, après la vente de 450 000 copies, le jeu a déjà rapporté plus de 15 millions de dollars.

L'influence de *The Seventh Guest* est énorme sur l'industrie du jeu et du multimédia, même si de nombreux éditeurs ne vont souvent retenir que la lettre au lieu de l'esprit. Pendant près de trois ans, les décors et déplacements inspirés de ce titre vont se multiplier, jusqu'à provoquer une franche lassitude, voire l'écœurement de la part du public des jeux interactifs. Le modèle n'est pas reproductible à l'excès et son utilisation systématique n'est pas sans rappeler les clones falots qui ont parfois été commis dans le sillage d'un film culte. L'original conserve en revanche une fraîcheur et une force émotionnelle intactes, et semble voué à défier le temps. En février 1995, Virgin a annoncé avoir diffusé 1 million d'exemplaires. En septembre 1996, à en croire Martin Alper, le jeu avait largement dépassé les 2 millions de copies et continuerait de se vendre de manière honorable. Instantanément entré dans la légende, *The Seventh Guest* paraît voué à y demeurer.

Quelques semaines après sa sortie, Trilobyte a démarré la suite de *The Seventh Guest*, un titre nommé *The Eleventh Hour*. L'attente était telle qu'elle s'est matérialisée par 500 000 précommandes. Pourtant, une fois de plus, le titre a accusé un retard considérable.

Au cours d'une conférence de presse organisée en décembre 1994, Landeros a présenté publiquement ses excuses pour le délai imposé à des revendeurs impatients : *The Eleventh Hour* devait être prêt six mois plus tôt. Il a promis alors que le jeu serait terminé avant la fin mars. Il a pourtant fallu patienter jusqu'à l'hiver 1995 pour que le produit soit achevé.

Une fois de plus, Grame Devine était à la source de ce contretemps. Il était convenu de mettre à profit pour ce nouvel épisode les logiciels de compression d'image développés pour *The Seventh Guest*. Mais au beau milieu du projet, Graeme Devine a été saisi du démon perfectionniste et a décidé qu'il n'appréciait plus cette technologie. Dans le plus grand secret, il s'est mis à réécrire le programme qui gérait la vidéo. Il pensait y arriver en l'espace de six semaines, et en réalité, il lui a fallu un an et demi.

En dépit d'une aussi longue attente, *The Eleventh Hour* s'est installé en tête des ventes américaines dès le printemps 1996. Martin Alper semble donc prêt à tout

pardonner à l'indomptable sorcier qui maîtrise les destinées artistiques de Trilobyte.

« Graeme Devine demeure encore et toujours l'un des plus grands visionnaires contemporains, déclare Martin Alper. Il était en avance sur son époque au début des années quatre-vingt-dix et le demeure aujourd'hui. Cet individu est tellement brillant qu'il ne cesse d'inventer de nouveaux futurs. Je ne peux pas vous dire ce sur quoi il travaille, mais je peux affirmer qu'il va continuer à nous surprendre!... »

CHAPITRE 10

DUNE TRAVERSÉE DU DÉSERT

Il était une fois Arrakis, une planète sans eau ni végétation ni minéraux précieux... Elle suscitait pourtant la convoitise de myriades de confédérations alentour pour ses inépuisables réserves d'épice. La fameuse substance ne germait que sur cette planète des sables communément baptisée Dune. L'épice avait pour vertu de prolonger la vie, d'amplifier la conscience et de permettre le voyage à travers l'espace. Le duc Leto Atreides avait pour tâche de défendre cette planète contre l'avidité de ses voisines, notamment celle gouvernée par le décadent baron Harkonnen.

Évoquez pareille thématique en tout lieu et aussitôt, connivence et complicité s'inscrivent sur des faciès hantés par la béatitude. Cette saga qui tire sa densité tellurique du désert dont les sillons regorgent de silice brûlante porte un nom : *Dune* de Frank Herbert.

Herbert est né en 1920 à Tocoma dans l'État de Washington. Ce n'est qu'à l'âge de 44 ans qu'il a publié *Dune World* sous forme de trois épisodes dans la revue *Analog.* Au centre de l'histoire se trouvent l'éducation et la maturité de Paul Atreides, fils du duc Leto. Cet être va devenir un messie pour les Fremen, le peuple tribal qui hante les souterrains de la torride Arrakis. Ces individus fiers et indépendants dont les yeux sont d'un bleu limpide seront menés par Paul Atreides à une lutte victorieuse contre les Harkonnen. Refondu en un seul volume, le roman sort en 1968. Un an plus tard, il gagne

les deux plus hautes distinctions en matière de science-fiction, Nebula et Hugo. Quatre suites compléteront la première mouture.

Seize ans après la publication du roman, Dino de Laurentiis confie à David Lynch la transposition sur grand écran de l'œuvre qui a hanté l'imaginaire de millions de lecteurs. En dépit d'un casting prestigieux incluant Sting, Sean Young, Kyle MacLahan, Max von Sydow et malgré des effets spéciaux spectaculaires, la fresque hollywoodienne est un flop, du fait d'un scénario alambiqué qui, à trop vouloir embrasser, est devenu cryptique.

Mais le phénomène *Dune* n'est aucunement entaché par cet incident de parcours. En 1989, les États-Unis comptent près de trois à quatre millions de fous de *Dune*, répartis dans de multiples associations sur toute la surface du continent et le roman figure au programme de plusieurs facultés de lettres américaines. Et s'il est une œuvre de science-fiction que les plus grands éditeurs de jeux vidéo convoitent d'une manière mystique, c'est bel et bien ce roman de Frank Herbert.

Depuis l'année 1988, Martin Alper, qui préside Virgin Games, rêve d'obtenir la licence d'exploitation de l'œuvre de Frank Herbert en vue d'une adaptation interactive. Pour cet honnête homme au maintien noble et aux goûts éclectiques, la motivation est d'abord personnelle. Amateur de science-fiction, Alper apprécie Robert Silverberg, Larry Niven, William Gibson et Neal Stephenson. Mais de tous les livres qu'il a pu dévorer, *Dune* est incontestablement son préféré, le compagnon de choix pour la fameuse île déserte. À ses heures perdues, Alper ne rate jamais une occasion de se replonger dans l'épopée des Atreides et des Fremen. Fasciné par cette œuvre, il juge qu'elle recèle un ensemble imposant d'enseignements de nature spirituelle : « *Dune* est une métaphore relative à une religion alternative. Il n'est pas un aspect du livre qui ne présente un parallèle avec le christianisme ou le judaïsme, notamment l'idée du messie qui vient sauver une étrange planète. Au-delà de sec qualités littéraires, ce qui m'a toujours impressionné était son caractère mystique qui confère une dimension supérieure à l'histoire. *Dune* amène à se poser des questions sur les autres civilisations qui pourraient exister : ont-elles les mêmes croyances, adorent-elles les mêmes êtres surnaturels ? »

L'écueil sur lequel a longtemps buté le président de Virgin Games concernait la propriété des copyrights relatifs à la saga. Dino de Laurentiis, qui avait acquis les droits d'adaptation cinématographiques, a fait faillite peu après la sortie du film de David Lynch. Après la disparition de Frank Herbert en 1986, plusieurs procès se sont succédé sans que les juges ne parviennent à désigner les véritables détenteurs des droits.

Mais en ce printemps 1990, les contacts que Martin Alper a entrepris de nouer avec les studios Universal ont bon espoir d'aboutir. Il reste à trouver une équipe de développement animée d'une flamme suffisamment forte pour donner vie à un jeu interactif digne de la matrice originelle.

Après le dépôt de bilan d'Ère Informatique, Philippe Ulrich se retrouve une fois de plus à devoir repartir de zéro. Le cœur déraciné et l'humeur délavée, Don Quichotte cherche en vain les moulins d'une croisade qui n'a plus cours. La gloire est une étoile filante et ses traînées fugaces s'évaporent dans les vapeurs nocturnes. Mais la saison n'est plus à l'abandon. Lennon a bien raison lorsqu'il prétend que « tout ce qui peut t'aider à traverser la nuit est bon » (« *Whatever gets you through the night is ail right* »). La planche de salut du Captain Phil est la foi dans la force du groupe.

L'équipe qui a réalisé les plus beaux produits d'Ère Informatique se soude autour de son mentor. Elle regroupe Didier Bouchon, Rémi Herbulot, le compositeur Stéphane Picq, l'auteur de bandes dessinées François Froideval, Michel Rho, Johan Robson et d'autres développeurs. Si la désillusion est profonde, l'énergie demeure intacte, à la manière d'un volcan au repos.

Ulrich, gui a reçu des centaines d'auteurs dans son bureau d'Ère Informatique, et révélé une quinzaine d'entre eux, ne demande qu'à rempiler. Alors, pour faire survivre le rêve, il brandit haut et fort ce qu'il appelle la

stratégie de l'*Alien*. « Alien est indestructible parce qu'il sécrète ses propres acides pour se défendre, il est capable de demeurer des millénaires renfermé sur lui-même dans l'attente du moment propice. Il trouve toutes formes de reproduction pour parvenir à persister et survivre à tout prix. » Et de suggérer que l'équipe des auteurs est comparable à la créature du film de Ridley Scott. « Nous représentons une force qui transcende Ère Informatique, puisque cette société n'est plus rien sans nous. Nous sommes comme Alien, avec une aptitude à survivre même s'il nous faut entrer en hibernation pendant quelques mois pour ressurgir au moment opportun. L'essentiel est que nous demeurions soudés. Notre seule force est dans notre union. »

Comme toujours, son message grandiloquent trouve un écho auprès de ses compagnons d'aventure. Il est vrai que le capital confiance amassé par l'équipe d'Ère Informatique au cours des folles années écoulées est intact. La renommée de *Macadam Bumper* et de *Captain Blood* a traversé les frontières. Qu'ils s'appellent Mindscape, Origin, Epyx, ou Cinemaware, ils sont nombreux à avoir approché Ulrich à un moment ou à un autre, afin de tisser des liens avec l'atelier de développement parisien, terre d'asile de déjantés aux visions interstellaires. Ces éditeurs américains connaissent parfaitement la valeur du savoir-faire de créatifs hors pair. Aucun minerai n'est plus précieux dans la grandiose contrée du logiciel.

Désœuvrés, les anciens d'Ère Informatique soulèvent maintes idées de jeux tout en sachant qu'ils n'ont pas les moyens de les financer. D'interminables conversations téléphoniques se déroulent entre Paris et Caen où réside Herbulot, Marseille où se rend Picq, Chartres où habite Johan Robson... Tous pressentent que le CD-ROM, ce support dont la capacité équivaut à celle de cinq cents disquettes, va devenir le média des dix prochaines années en accueillant le son, l'image et le cinéma. Le petit disque brillant est perçu comme une formidable aubaine pour les bâtisseurs d'empires virtuels. «Nous allons pouvoir inventer des univers, explique Ulrich. Les petits jeux des débuts de l'informatique n'avaient aucune pérennité, car la technique était trop pauvre. Grâce au CD-ROM, nous allons réaliser des classiques, des œuvres que nos enfants pourront toujours apprécier dans dix ou quinze ans. »

Entre Infogrames et ce qui demeure d'Ère Informatique, les liens sont coupés. Rémi Herbulot et Didier Bouchon désirent entamer une procédure judiciaire afin de récupérer les droits qu'ils n'ont pas touchés sur leurs créations, respectivement *Crafton & Xunk* et *L'Arche du Captain Blood*. Par solidarité, Ulrich se joint à la procédure, même si les sommes qui lui sont personnellement dues sont infimes en comparaison des deux auteurs. L'avocat, maître Brechignac, passe en revue les contrats établis et déclare : « C'est surréaliste!... »

La situation se révèle complexe du fait qu'Ère Informatique a déposé son bilan mais existe toujours. Infogrames continue d'ailleurs d'exploiter des titres tels que *L'Arche du Captain Blood* ou *Purple Saturn Day*. L'avocat envoie plusieurs lettres à Bruno Bonnell, le mettant en demeure de payer ce qui est dû aux auteurs, allant jusqu'à menacer Infogrames de procéder à la saisie des disquettes dans les boutiques.

Il manque un trait d'union pour lancer les auteurs dans une nouvelle entreprise fantastique. Amateur de symbolisme, Ulrich cherche dans son passé la clé d'un nouveau souffle. Il se rappelle alors Philippe Constantin, le directeur artistique qui l'avait reçu en 1976 dans son bureau des Champs-Elysées alors qu'il n'était qu'un insignifiant troubadour de passage dans la capitale. Le destin a voulu qu'entre-temps l'auguste Constantin ait géré les éditions musicales de Virgin en France. Virgin!... Et s'il était là, le chaînon manquant de son épopée? Instinctivement, le baroudeur pressent qu'une partie de son avenir est là, dans le sillage de celui qui lui a un jour ouvert les portes de la chanson.

Virgin apparaît comme une société modèle. Bien que née en Angleterre, elle a réussi à rayonner dans le monde entier, gérant la carrière internationale d'artistes aussi légendaires que Mike Oldfield, Pink Floyd ou

Elton John. La filiale française a elle-même lancé des artistes du calibre de Rita Mitsuko et Téléphone. Et à l'heure où l'on parle de la fusion de la vidéo, du cinéma, de la musique et de l'informatique, Virgin apparaît comme un pôle imparable avec une fantastique banque d'images et de sons.

Ulrich décroche son téléphone et tombe sur Jean-Martial Lefranc, le cadre que Patrick Zelnick a nommé à la tête de Virgin Loisirs afin de lancer la marque Sega sur le sol français. À l'idée de rencontrer Ulrich, le jeune homme exulte : deux ans plus tôt, il a eu le coup de foudre pour un jeu qui n'était autre que... *L'Arche du Captain Blood.* Recevoir Julien Clerc ne lui ferait pas plus d'effet.

Place des Vosges, les locaux de Virgin Loisirs trahissent une organisation brouillonne, avec des cartons empilés un peu partout et des bureaux meublés à la hâte. L'un des employés, Luc Bourcier, a sur son bureau le prototype d'une nouvelle console, appelée la Megadrive. A l'entendre parler au téléphone, cette machine de jeux serait une véritable « bombe ».

Vêtu d'un spencer sur lequel sont agrafés des pin's en forme de microprocesseurs, Ulrich se présente à Jean-Martial Lefranc et vient offrir les services de son clan. S'il est épaté de recevoir la visite de ce créatif exalté pour lequel il éprouve le plus grand respect, le directeur de Virgin Loisirs, finaud, ne le laisse aucunement transparaître. Il suggère cependant de le revoir prochainement en compagnie des fameux auteurs.

Le 20 juillet, une réunion de présentation de l'équipe au grand complet est organisée chez Virgin Loisirs en présence de Jean-Martial Lefranc et de Frank Herman, l'homme qui préside aux destinées du groupe depuis Londres. En découvrant ce jovial patriarche, Ulrich tombe sous le charme. Par bonheur, la séduction est réciproque. La perspective, évoquée par Ulrich, de récupérer les droits de *Captain Blood* afin de porter ce jeu sur la Sega Megadrive sous licence Virgin soulève un réel intérêt de la part de Herman. L'affable quinquagénaire fait comprendre qu'il fera tout ce qui est en son pouvoir pour intégrer la bande d'Ulrich au sein de Virgin Loisirs. Puis, l'œil espiègle, il s'amuse à titiller Lefranc :

— Tu vas souffrir mille morts, Jean-Martial. Tu ne sais pas ce que c'est que de gérer une bande d'artistes du jeu vidéo. Je ne connais pas de métier plus difficile au monde !

Herman demande à Ulrich, Herbulot, Bouchon et consorts de plancher sur trois nouveaux titres. Il ajoute qu'il fera en sorte qu'une rencontre soit organisée avec Martin Alper, le président de Virgin Games USA !

Au sortir de la réunion, les transfuges d'Ère baignent dans une douce euphorie. D'autant que quelques jours plus tard Luc Bourcier annonce qu'il a obtenu une entrevue avec Martin Alper!

Au tout début du mois d'août, Rémi Herbulot prend l'avion pour Los Angeles et se rend à Orange, au sud de la ville californienne. L'esthète qui dirige Virgin Games porte sa perpétuelle barbe de trois jours, et comme à l'accoutumée, traite son hôte avec flegme et détachement.

Une fois de plus, la réputation de *Captain Blood* a précédé l'ambassadeur d'Ere Informatique. Alper qui n'a de cesse d'analyser le secteur des jeux est parfaitement conscient du potentiel artistique de ces programmeurs français. Et tandis qu'Herbulot lui présente ses projets de développement, une particularité l'interpelle : les trois maquettes de jeux que lui soumet le Breton ont pareillement trait à la science-fiction.

Lors de la discussion, Alper laisse entendre à Herbulot qu'il se bat depuis plusieurs années pour obtenir la licence d'un livre mythique. Puis, alors qu'il conduit le Français dans sa Jaguar, il se laisse aller aux confidences.

— Ce serait bien que votre équipe réalise l'adaptation de *Dune*...

Devant le regard ahuri de Herbulot, il ajoute :

— Hélas, il y a peu de chances pour que nous obtenions *jamais les droits.*

Mais lorsque HerbuJot s'en revient conter les détails

de sa rencontre avec Martin Alper, Ulrich voit dans cette pirouette du destin un appel du désert des sables.

— Il y a là un signe ! J'ai acheté mon premier ordinateur dans une boutique qui s'appelait *Dune*... À Las Vegas, mes programmeurs et moi-même sommes tous descendus dans l'hôtel *Dune*. À Londres, Didier Bouchon s'est acheté une bague avec un œil bleu... *Dune* est un retour aux sources! Il me paraît évident que nous allons réaliser ce titre.

Quelques jours plus tard, Frank Herman propose l'embauche d'Ulrich chez Virgin Loisirs dès le début de septembre avec un salaire confortable. En revanche, les autres membres de l'équipe opéreront en indépendants, sous sa supervision. La proposition convient pleinement aux auteurs — la plupart rechignent à rejoindre une structure de manière permanente.

Un soir, à 21 heures, trois semaines après le voyage de Rémi Herbulot en Californie, Ulrich reçoit un appel de Jean-Martial Lefranc :

— Tiens-toi bien... Je viens d'avoir Martin Alper. Il vient d'obtenir la licence de *Dune* et demande que vous commenciez à y réfléchir dès à présent !

La nouvelle dépasse l'entendement. Sonné, Ulrich se précipite hors de son immeuble et fait plusieurs fois le tour du pâté de maisons en courant. Il dira plus tard avoir vraiment eu l'impression de léviter au-dessus du sol. Une fois la secousse absorbée, il téléphone à Herbulot, Bouchon et à tous les autres pour leur vendre la mèche. Tous nagent dans un bonheur irréaliste à l'idée d'adapter l'un des plus grands romans de tous les temps, avec à l'horizon une distribution internationale!... Pour Didier Bouchon qui est un fou du désert — il en a traversé plusieurs et a constitué une imposante documentation sur l'océan sablonneux —, participer à une telle aventure relève du rêve éveillé.

L'accord officiel est scellé vers la fin d'août lors d'un dîner au Fouquet's. En plein milieu du repas, Frank Herman penche la tête et demande à Ulrich de toucher son crâne chauve. Interloqué, le créatif s'exécute. Herman déclare alors :

— Tu vois cela? C'est à cause de gens comme toi !

Il enchaîne en déclarant que Virgin Games USA a donné son feu vert cour le travail préliminaire sur *Dune*.

L'ex-manitou d'Ere Informatique rassemble l'armada en vue de travailler sur le design de la saga interactive des Atreides. Rémi Herbulot est chargé de la conception et de la programmation. Didier Bouchon, alias maître *Càptain Blood*, aura pour tâche de mitonner les effets spéciaux. Jean-Jacques Chaubin, transfuge des Humanoïdes Associés, devient le commandant de bord de la section graphique. Et le très lyrique Stéphane Picq s'attelle à la bande musicale. Deux autres fidèles de la cause, Patrick Dublanchet et Sohor Ty, complètent la formation qui part à l'assaut de *Dune*, à la manière de Paul Atreides et les tribus Fremen chevauchant les vers géants du désert.

Damned... Alors que tout baigne dans la liqueur de papaye, Ulrich reçoit une visite de mauvais augure. En ce début de septembre, Herman présente le producteur qui sera chargé de chapeauter la réalisation de *Dune*. Ulrich découvre qu'il s'agit d'une vieille connaissance honnie, David Bishop ! Lorsqu'ils se serrent la main, des arcs électriques passent dans les yeux. Avec dans la voix un accent de revanche longuement mijotée, l'Anglais déclare :

— Je suis en train de faire le design de *Dune*.

La dernière fois que Philippe a vu ce petit homme aux manières huilées, leurs rapports avaient été cataclysmiques. Il avait mal supporté l'outrecuidance de cet égocentrique chefaillon en herbe.

Au moment de la sortie de *Captain Blood*, David Bishop était venu chez Ère Informatique avec la casquette de journaliste et avait été subjugué par ce jeu interstellaire. Il avait rédigé pour l'occasion un article dithyrambique.

Mais le 16 décembre 1988, alors qu'Ulrich se trouvait à l'hôtel Meurice pour fêter le rachat attendu d'Infogrames par l'édition Epyx, il avait trouvé David Bishop bien changé. Le reporter enthousiaste avait laissé place à

un tyranneau sans envergure qui avait désormais la charge des logiciels chez Epyx.

Lors du déjeuner, Bishop avait confié à son interlocuteur français :

— Philippe. Il faut que l'on s'organise. Tu vas me donner les noms, les adresses, les projets de tous tes auteurs. Je veux tout connaître d'eux, leurs spécificités, leurs points forts...

— Mais David... Il n'en est pas question. Tu me demandes de te transmettre le résultat d'un travail de cinq ans. Qu'est-ce qui me prouve que tu ne veux pas récupérer tout cela pour toi-même ?

— J'ai la ferme intention de réorienter les créations d'Ère Informatique dans une thématique plus adaptée au marché américain. Je serai donc amené, que tu le veuilles ou non, à prendre les rênes de manière directe.

Le ton avait monté. Soudainement, Philippe s'était levé et avait dit :

— David ! Jamais je ne marcherai dans ton plan. Si nous ne travaillons pas dans un respect mutuel, nous n'aboutirons à rien. Sache bien qu'Ère Informatique n'est pas Infogrames !

Lorsque les deux hommes s'étaient séparés, l'atmosphère était chargée d'une telle électricité qu'il aurait pu tomber à verse. Mais les choses en étaient restées là, Epyx ayant finalement renoncé à absorber l'édition lyonnaise. L'affaire avait toutefois laissé une certaine amertume. Et voilà que ce despote est devenu son supérieur. Sans aucun doute, c'est un «jour sans »...

Décidé à sauver la mise, Ulrich dialogue avec le nouveau roitelet et prend note des idées qu'il propose. Il faut à tout prix éviter le clash avec les auteurs. Mais au cours des réunions qui s'ensuivent, il apparaît clairement que David Bishop n'a qu'une idée en tête : diriger intégralement la réalisation de *Dune.* Les discussions ne tardent pas à s'enliser, le producteur dénigrant systématiquement le travail des Français.

Tout au long de l'été, les tractations entre maître Brechignac et Infogrames ont avancé à petits pas, au point qu'il est désormais possible d'envisager une résolution du conflit. Un soir, l'avocat réunit à son cabinet parisien Ulrich, Bouchon, Herbulot et Bruno Bonnell. La discussion se déroule de manière âpre mais élégante. Bonnell, qui subit de violentes attaques de la part de Bouchon, se contente de déclamer une litanie :

— Soyez patients ! C'est tout ce que je vous demande. Les choses finiront par s'arranger et je veillerai à vous régler votre dû.

Les plaignants obtiennent du patron d'Infogrames qu'il s'engage à combler sous forme de versements mensuels les retards de royalties accumulés à ce jour. Pendant un an, Infogrames devra régler une somme qui tourne autour du million de francs. Le trio infernal récupère la licence de *Captain Blood* et obtient le droit de produire une suite à ce jeu.

Avant de quitter les lieux, Bonnell doit faire un premier versement à chacun des auteurs d'Ère. Tout en s'efforçant de demeurer décontracté, le gentleman sort son chéquier dans lequel ne reste plus qu'un seul chèque. Est-ce l'émotion qui l'amène à faire une bévue en rédigeant ledit document? Il bredouille alors :

— Je suis tellement ému que je ne sais pas si je vais pouvoir le remplir correctement.

Maître Brechignac se lève et déclare d'un ton péremptoire :

— Monsieur Bonnell, on a fini de plaisanter !

Tout en s'efforçant de paraître serein, le président d'Infogrames libelle finalement un chèque en bonne et due forme.

Ulrich décide de sceller la nouvelle aventure en créant un label au sein de Virgin Loisirs, qu'il baptise Cryo. Le logo que conçoit Didier Bouchon dépeint le visage d'une jeune femme endormie sous le casque d'un container de cryogénisation, symbole de durée, de temps suspendu et d'hypothétique immortalité. Cryo, tout comme la divine Exxos, est une déesse, mais il la veut plus humaine, calme et pacifique. Cette égérie, qui préserve les gens, dote ses élus de dons fabuleux. Ulrich annonce que ce nouveau label sera placé « sous les

signes du voyage, de la magie, de la beauté, de la technologie, de l'aventure et du mystère ».

À l'occasion du salon ECTS qui se tient à Londres en septembre, une rencontre est organisée avec Martin Alper chez Virgin à Londres. Ulrich, Herbulot et Lefranc découvrent que la tentaculaire compagnie fondée par Richard Branson a ses quartiers généraux dans un vieil immeuble gris et sans âme de la banlieue londonienne. La réunion ayant pour but de proposer des idées de développement, les trois mousquetaires présentent les maquettes de plusieurs jeux. Placide et concentré, Martin Alper les refuse un à un et résume sa position d'une saillie :

— Tout cela est trop empreint de l'esthétique « à la française » !

Au cours de la discussion qui s'ensuit, Alper s'étonne d'un objet que Philippe porte sur sa veste et sur lequel est inscrit la mention « KGB ». Si Ulrich se voulait provocateur en arborant un tel insigne, le pin's suscite une inspiration inattendue chez le président de Virgin Games.

— Ton pin's m'a donné une idée. Je mettrais bien en route une collection de jeux sur les services secrets. J'imagine bien une boîte sur laquelle serait inscrite la mention *KGB.* Le jeu raconterait une histoire se passant dans les pays de l'Est à laquelle seraient mêlés des trafiquants et des financiers véreux... Nous pourrions ensuite produire un titre nommé *CIA,* un autre mettant en scène les services secrets israéliens, français... Pouvez-vous réfléchir sur ce thème?

C'est ainsi que Cryo reçoit sa deuxième commande, celle d'un titre évoluant dans l'univers de l'espionnage contemporain et de sujets politiques brûlants. Prémonitoire, *KGB* pose l'hypothèse d'un coup d'État organisé en Russie afin de démonter la *perestroïka* ! Johan Robson démarre l'écriture d'un scénario à la John Le Carré.

Bien décidé à ne pas réitérer l'échec de David Lynch, Virgin Games a assigné comme tâche première l'élaboration d'un ambitieux *story board.* Plusieurs mois sont consacrés à déterminer les aspects du livre sur lesquels devra se focaliser le jeu. Chacun des membres de Cryo relit plusieurs fois les milliers de pages de la saga de Frank Herbert et s'active à mettre la main sur tout élément approprié (coupures de presse, commentaires de spécialistes, bulletins de fan club...). En parallèle, Ulrich et ses acolytes visionnent inlassablement le film de David Lynch afin de cerner les points de dérive du réalisateur. Chaque fois qu'ils rencontrent une personne qui a lu le livre, celle-ci se voit pressée de questions : «Qu'est-ce qui t'a le plus impressionné? Quelles sont les choses que tu as gardées en mémoire? »

Pendant six mois, la conspiration des « duniens » travaille sur papier. Lors des réunions hebdomadaires, chacun présente idées, croquis, ébauches de *story board...* Des nuits entières sont consacrées à la discussion sur les moindres aspects du livre. La *checklist* des caractéristiques appelées à rejoindre la saga interactive prend ainsi forme. Sont retenus : la planète désertique, la mystérieuse épice, les autochtones Fremen, les vers géants, la rivalité entre la maison des cyniques Harkonnen et celle des magnanimes Atreides...

Il demeure que les réunions avec David Bishop sont de plus en plus tendues et que d'aucuns soupçonnent l'intermédiaire britannique de vouloir faire capoter le projet. Le cadre aux manières empesées s'immisce dans la création des auteurs d'une façon critique et suffisante, comme s'il voulait compenser une frustration personnelle. Il s'oppose notamment à la perspective de créer *Dune* sur CD-ROM.

Lors d'une réunion à Chartres chez Johan Robson, un auteur extravagant tout droit sorti d'un film des Monty Python, Bishop découvre le synopsis de *KGB.* Le concepteur a disposé sur plusieurs mètres carrés d'une pièce les fiches correspondant aux diverses étapes du jeu. En découvrant cet indescriptible puzzle, l'Anglais émet, de façon prévisible, un avis négatif :

— Tu vois, cette scène-là, il faut l'enlever...

Avec un sourire entendu, Robson s'exécute. Quelques instants plus tard, Bishop revient à la charge :

— Celle-là non plus n'est pas bonne... Elle arrive ici comme un cheveu sur la soupe.

Robson fait mine de prendre note et soustrait la fiche. Après quelques minutes d'un tel manège, l'auteur prend la relève :

— Tout compte fait, cet épisode-là ne me plaît plus trop. Il vaudrait peut-être mieux l'enlever.

D'abord surpris, Bishop acquiesce. La scène devient alors ubuesque, Robson faisant en sorte d'enlever un à un tous les éléments de *KGB,* tout en obtenant à chaque fois l'approbation du producteur zélé. Il se passe une heure avant que Bishop ne réalise que Robson est en train de le narguer ouvertement sans en avoir l'air. Outrageusement vexé, Bishop jette à Ulrich :

— C'est réellement impossible de travailler avec vous!

En attendant, toutes les maquettes que Cryo adresse au siège californien transitent par Londres et il semble illusoire de compter sur un avis favorable de la part de Bishop.

Régulièrement, Virgin Games reçoit d'immenses bréviaires constitués de planches de dessins commentées, présentant les personnages et la séquence de jeu. Il apparaît rapidement que les délires de la confédération parisienne laissent de marbre l'éditeur américain. Les commentaires qui font écho aux propositions révèlent un manque flagrant d'enthousiasme. « Bof... Pas terrible », « L'interface utilisateur est trop complexe », « Le jeu mélange de l'aventure et de la stratégie, ce qui n'est pas souhaitable »...

Le 9 avril 1990, Graeme Devine, qui dirige le département recherche et développement, adresse un mémo sarcastique que David Bishop s'empresse de retransmettre à Cryo. Après avoir titré : « *Dune*, le premier titre qui va nécessiter cinquante disquettes ! », il reproche au jeu de manquer d'unité et d'intégrer un trop grand nombre de séquences cinématiques inspirées du film de Lynch, au risque de lasser le joueur. Il conclut ironiquement en affirmant que le temps nécessaire à développer un tel jeu dépasserait la durée de vie normale d'un programmeur! La déconvenue des auteurs est compensée par les encouragements de Frank Herman qui, lors de ses venues à Paris, insiste pour rassurer Ulrich et l'enjoint à continuer sur sa lancée.

Mais rien n'y fait... Ulrich et ses compagnons de route ont beau explorer les méandres de *Dune,* Virgin Games demeure insensible à leurs efforts. Le mémo qu'ils reçoivent en mai porte cette mention laconique : « Les dix dernières pages sont d'un niveau honorable. » Graeme Devine insiste au passage pour que le jeu tienne compte des goûts du public américain.

Devant l'impasse, des réunions sont organisées à Londres par David Bishop afin de débattre en profondeur. Pendant de longs moments, les interlocuteurs demeurent silencieux. Penché sur le livre d'Herbert, chacun se livre aux élucubrations relatives à l'art et la manière d'adapter un tel monument sous la forme d'un jeu interactif. Le cahier des charges, qui dépasse à présent la centaine de pages, retient les thèmes essentiels de l'œuvre d'Herbert : colonisation de la planète à des fins d'exploitation de l'épice, avec en toile de fond un thème cher à l'auteur original, l'écologie. Mais Bishop se ferme toujours plus aux élucubrations des Français. La rupture n'est pas loin, même si elle n'est jamais formulée de manière explicite.

Tout au long de l'été, le silence radio est total. Plus aucun commentaire ne traverse la Manche ou l'Atlantique en direction de Cryo.

Puis soudainement, le 19 septembre, Jean-Martial Lefranc apporte une télécopie d'Angleterre en provenance d'un certain Gerry Tucker. Anciennement chef comptable de Virgin Games à Londres, Tucker vient de prendre la direction générale suite au départ de Nick Alexander.

À la lecture du fax, Ulrich est atterré.

« Nous ne pensons pas que les projets *Dune* et *KGB* soient suffisamment forts pour qu'il soit possible de les publier sous le label Virgin Games. En conséquence, nous sommes désolés de vous informer que nous ne souhaitons pas que le travail soit poursuivi sur ces deux titres. »

Persuadé que David Bishop a fait en sorte de saboter le projet, Ulrich peste contre le producteur anglais.

— C'est un coup monté. Ils ont récusé nos deux projets ! Passe encore pour *Dune*, mais en ce qui concerne *KGB*, les Américains n'ont encore rien vu !

Appelé à la rescousse, Frank Herman sauve une fois de plus la mise à ses protégés. Il conseille de poursuivre les développements comme si de rien n'était et donne l'ordre à Jean-Martial Lefranc de continuer à verser le salaire d'Ulrich ainsi que les avances sur royalties des auteurs. Zelnick couvre l'opération d'autant plus aisément que Virgin Loisirs réalise des ventes records sur les consoles Sega. À toutes fins utiles, Lefranc prend contact avec d'autres éditeurs, tels Mindscape et Ubi Soft, afin de pouvoir vendre la licence de *Dune* le cas échéant.

Ulrich, pour sa part, décide que le moment est venu de faire jouer certaines armes. Il convoque plusieurs journalistes et leur présente les premières maquettes de *Dune*. Sans le moindre effort, il obtient la publication de maints articles vantant les mérites du jeu. Le fondateur de Cryo sait pertinemment qu'en agissant ainsi il envoie d'insidieuses torpilles vers David Bishop qui a pour habitude de parcourir la presse spécialisée. Si les liens sont coupés, le message circule ainsi par médias interposés.

Tous ignorent que de l'autre côté de l'Atlantique Martin Alper a jeté l'éponge. Le président de Virgin Games ne croit plus que Cryo soit en mesure de développer *Dune*. Il a donc procédé au rachat d'un atelier de développement nommé Westwood. Cette édition sise à Las Vegas a reçu pour mission de réaliser une adaptation interactive de *Dune* sous la forme d'un jeu de stratégie ! Dans l'esprit d'Alper, Cryo appartient déjà au passé.

Pendant près d'un an, Infogrames a effectué les versements prévus à Bouchon, Herbulot et Ulrich. Puis soudain, les règlements mensuels cessent d'arriver. Bruno Bonnell affirme pour sa part que « tous les auteurs ont été intégralement payés jusqu'au dernier centime, notamment l'intégralité des sommes convenues avec maître Brechignac concernant *Captain Blood,* et j'en veux pour preuve que cela nous a obligés à contracter un emprunt de l'ordre du million de francs sur quatre ans ». Et d'ajouter que, dans la mesure où il n'a jamais fermé Ère Informatique, il était obligé de remplir de tels engagements. Rémi Herbulot estime pour sa part qu'il n'aurait recouvré que 80 % des sommes qui lui étaient personnellement dues. Malgré cela, lassés des batailles juridiques, les trois auteurs décident de tirer un trait sur ce passé et de jeter l'éponge. Entre les deux parties, une mutuelle incompréhension persistera longtemps.

Au début de l'année 1991, le destin donne un curieux coup de pouce. La guerre du Golfe qui est sur le point d'éclater semble faire écho au siège d'Arrakis — un nom qui évoque curieusement celui de l'Irak — par les troupes Fremen conduites par Paul Atreides. Ulrich qui croit détecter un nouveau signe décide qu'il faudra insérer dans le jeu les images de l'attaque de Bagdad par les avions américains, tournées par CNN.

Dans la mesure où le CD-ROM va permettre la cohabitation d'un logiciel informatique et d'une musique de qualité laser, Stéphane Picq et Philippe Ulrich se montrent de plus en plus ambitieux quant à la bande musicale. N'ont-ils pas été précédés dans cette quête de la transposition musicale de l'univers de *Dune* par des maîtres tels que Klaus Schulze, Brian Eno, Peter Gabriel ou Toto? Pendant plusieurs mois, ils composent onze morceaux dignes d'une bande sonore cinématographique.

Mais la vie de Cryo n'est décidément pas un long fleuve tranquille... En avril 1991, Ulrich passe devant le bureau de Jean-Martial Lefranc et découvre une lettre qui annonce que Sega a racheté les activités européennes de Virgin. Après avoir écoulé plus d'un million de consoles en France, le constructeur japonais a décidé d'ouvrir ses propres filiales en France comme au Royaume-Uni.

Quelques jours plus tard, Jean-Martial Lefranc annonce qu'il quitte Virgin Loisirs pour rejoindre

Ciby 2000, la filiale cinéma de Bouygues. Pendant son pot de départ, Ulrich est mortifié. Dans la mesure où les ponts sont coupés avec l'Angleterre, Lefranc demeurait le seul intermédiaire avec Virgin Games.

L'homme chargé d'effectuer la transition entre Virgin Loisirs et Sega France, Christian Brecheteau, débarque place des Vosges. Ce cadre discret, issu d'une société informatique, découvre la présence d'Ulrich dans les murs et s'en étonne :

— Mais qui êtes-vous au juste et que faites-vous ici ?

En guise de réponse, Ulrich place Brecheteau en face d'un PC et lui montre les œuvres en gestation, *Dune* et *KGB.* Dépassé par les événements, le nouveau dirigeant se montre rassurant, affirmant qu'il va voir ce qu'il peut faire. Il n'en est pas moins préoccupé par la découverte que la filiale française de Virgin Games a financé un développement de manière confidentielle.

À cette époque, Ulrich a repris l'une de ses activités fétiches, celle de directeur artistique, et reçoit parfois des auteurs en quête d'un éditeur. L'un d'entre eux s'appelle Éric Chahi. Ce jeune homme chétif a publié trois jeux chez Delphine, écrits en collaboration avec un autre programmeur, Paul Cuisset[1]. Chahi qui s'est brouillé avec Delphine songe à sortir son prochain titre sous un autre label. Le jeu qu'il vient présenter à Cryo, *Another World,* laisse Ulrich décontenancé. C'est réellement trop beau ! Or, Chahi est prêt à vendre pour la somme de 100 000 francs!

Ulrich court dans le bureau de Christian Brecheteau et lâche :

— Je viens de tomber sur une bombe ! Il faut absolument que vous voyiez cela.

Brecheteau regarde la démo d'*Another World,* mais demeure indifférent. La culture que Sega France a importée du Japon diffuse désormais un seul et même message : tout ce qui sort de la console est négligeable, la Megadrive va balayer tout sur son passage.

1. Voir le chapitre 8 qui conte l'histoire de *Alone in the Dark.*

Obstiné, Ulrich se rend à Londres chez Virgin Games et se heurte à une pareille impassibilité de la part des nouveaux cadres. Il rentre à Paris effondré, mais conserve le contact avec Éric Chahi. Le programmeur termine la programmation d'*Another World* dans le pavillon de banlieue de ses parents.

Chez Sega France, un Japonais vient effectuer un audit des comptes de la société et découvre les sommes allouées mensuellement à l'activité Cryo. L'affaire remonte immédiatement à Londres. Brecheteau, qui est sur les lieux, téléphone fébrilement à Ulrich :

— Philippe... Qu'est-ce que c'est que cette histoire? Vous êtes en train d'effectuer un développement et personne n'est au courant ici !

— Attendez, Christian. Ils savent pertinemment ce que nous faisons. Demandez à Frank Herman !

— Frank Herman? Mais il n'est plus chez Virgin Games ! Il n'y a plus personne ici. C'est une histoire de fous. Vous n'avez même pas la licence de *Dune!*

L'ami Frank Herman, celui qui demeurait l'ultime soutien de Cryo, a choisi de rejoindre Sega. Et Martin Alper, qui est venu régler les affaires de la filiale anglaise, a découvert le pot aux roses !

— Prenez le premier avion pour Londres et venez défendre votre cause, lance Brecheteau. Je ne peux plus rien pour vous.

Muni de ses disquettes, de planches à dessins et autres documents relatifs à *Dune,* Ulrich se rend *illico* dans la capitale anglaise. Il arrive le matin chez Virgin Games et se fait dire que Martin Alper va le recevoir. Les heures s'écoulent interminablement sans qu'il obtienne signe de vie. Il lui faut patienter jusqu'à la fin de l'après-midi pour qu'enfin il soit convié dans la salle de réunion.

Alper reçoit l'homme de Cryo en présence de quelques cadres, parmi lesquels figurent David Bishop. Ulrich demande juste qu'on lui laisse la chance de montrer son logiciel. Mais dès les premières minutes de la démonstration de *Dune,* Alper manifeste son rejet :

— Ce n'est pas un jeu !

Pourtant, dans la pièce, quelque chose est en train de

se passer. Tout doucement, Ulrich perçoit que l'ambiance se métamorphose. En découvrant les images du désert, les constructions, les personnages qui parlent sous un fond musical enivrant, les cadres ne peuvent s'empêcher d'être touchés. Même David Bishop témoigne un intérêt réel pour ce qu'il voit. Martin Alper campe néanmoins sur sa position et affirme qu'il ne veut plus entendre parler de ce jeu. Il est vrai qu'il est placé dans une position complexe : voilà qu'il se retrouve avec deux versions de *Dune*, celle qu'il a commandée auprès de Westwood et celle que l'équipe d'Ulrich a réalisée dans une quasi-clandestinité! Mais progressivement Alper ravale son courroux. Le travail accompli par Cryo est réellement remarquable. Il ne manque que peu de choses pour transformer l'essai.

Au moment de partir, Alper discute brièvement avec ses collègues puis indique à Ulrich :

— Je donne cinq semaines à Cryo pour m'envoyer quelque chose de correct. Si cela ne me plaît pas, je ne veux plus jamais entendre parler de vous. Quoi qu'il en soit, tu es licencié!

Dans l'avion, Ulrich a les larmes aux yeux. Comment se sortir de cette impasse? À peine rentré à son domicile, il annonce à ses enfants et à sa compagne Nelly qu'il est au chômage. Il écrit ensuite une lettre à Éric Chahi pour lui expliquer qu'il a été viré de Virgin Games et que cette édition est en totale déliquescence. Il ajoute : « Ton jeu ne les intéresse absolument pas. Cours chez Delphine et sors ton produit chez eux ! » Chahi suivra sagement ce conseil d'ami[1].

Ulrich reçoit une lettre de Martin Alper qui résume la position de Virgin Games. « Notre avis sur le jeu n'a pas changé. Le graphisme et la présentation sont appréciables, mais le design général demeure trop déroutant, en particulier si l'on prend en compte les goûts du public américain. Nous sommes préparés à soutenir votre travail jusqu'au 15 juillet, auquel moment nous nous attendons à recevoir en Angleterre comme aux États-Unis une version jouable du jeu. Si les critiques émises par David Bishop se révèlent infondées, nous serons heureux de supporter vos efforts jusqu'à la réalisation finale. Mais nous tenons à faire remarquer qu'il ne sera en aucun cas possible de transférer la licence de *Dune* à un autre éditeur et qu'aucun jeu adapté du roman de Frank Herbert ne pourra être publié sans notre consentement. »

Une refonte générale de *Dune* est effectuée. Malgré le respect qu'il voue à l'œuvre d'Herbert, Rémi Herbulot consent à faire subir des altérations à l'intrigue afin de l'inscrire dans un scénario plus ludique. Et dans un souci de simplification, les péripéties démarrent au moment de l'arrivée de Paul Atreides sur Arrakis. Le jeu est également divisé en deux parties essentielles. Dans la première, l'héritier du duc Leto Atreides doit étendre son influence en gagnant la confiance des Fremen et en les encourageant à récolter l'épice. Par suite, une fois qu'il a acquis le contrôle d'une moitié de la planète, il lui faut livrer bataille aux Harkonnen.

Rémi Herbulot travaille nuit et jour, assisté de son épouse Danièle et des autres auteurs. Didier Bouchon en revanche est de plus en plus absent et paraît désormais se désintéresser du devenir de *Dune*.

Cinq semaines après la lettre de Martin Alper, Ulrich poste en express les disquettes qu'il vient de recevoir de Rémi Herbulot à destination de l'Angleterre et des États-Unis. La veillée d'armes commence alors. Il tourne en rond dans son domicile tout en attendant près du téléphone et en surveillant son fax.

Trois jours plus tard, un appel provient de Californie.

— Philippe, je m'appelle Justin Hebert et je suis le vice-président de Virgin Games USA. Félicitations! Martin a vu le jeu et comme tout le monde ici, il est emballé. Ce que vous avez fait est fantastique. C'est la première fois que l'on observe une telle baisse de productivité chez nous, tant les gens sont passionnés par votre jeu !

1. Un an plus tard, Virgin Games versera plusieurs millions de francs pour acquérir les droits d'*Another World* auprès de l'éditeur Interplay !

Avant qu'Ulrich ait pu réaliser qu'il ne s'agissait pas d'un fantasme éveillé, Hebert continue de plus belle :

— À propos, qui a fait la musique ?

— Stéphane Picq, un membre de Cryo, et moi-même, répond Ulrich qui s'abstient d'expliquer qu'ils ont produit la musique à base d'instruments électroniques installés dans sa cuisine.

— Est-ce que les droits sont libres ? demande Hebert. Nous voulons sortir le disque aux États-Unis.

Tout en se pinçant pour y croire, Ulrich répond par l'affirmative. Avant de reprendre :

— Justin, une chose me tient à cœur. J'aimerais monter la filiale française de Virgin Games, et développer une édition de logiciels sous ce label.

— Nous n'avons pas l'intention de rouvrir une telle structure dans l'immédiat, répond Hebert. Mais tu peux tranquillement monter ta propre société : tu auras des commandes pour au moins deux années !

Incapable de retranscrire une telle conversation, Ulrich qui l'a enregistrée se contente de la faire écouter à ses auteurs éberlués.

Jean-Martial Lefranc a quitté Bouygues et travaille dans une nouvelle société de cinéma, la Compagnie des Images, qui produit le film d'Arnaud Depleschin, *La Sentinelle*. Ulrich le retrouve dans la cuisine d'un vieil appartement qui sert de bureau provisoire et s'acharne à le convaincre qu'il est la personne adéquate pour fonder et diriger la société Cryo.

L'Histoire semble à nouveau vouloir mettre son grain de sel dans les destinées de Cryo. Johan Robson a continué de travailler sur le projet *KGB* qui évoque un éventuel putsch communiste dans la nouvelle Russie. Or suite à un coup d'État à Moscou, Gorbatchev est enlevé par des séditieux : contre toute attente le scénario de *KGB* est en train de se réaliser ! Et la chance veut que, comme dans la réalité, Johan Robson ait prévu une issue heureuse. À nouveau, le messager de l'univers veut croire en un signe. Il en est certain; lorsqu'il montrera le produit *KGB* à Alper, celui-ci comprendra l'ampleur du titre. Ulrich contacte l'agence Tass et obtient, pour

1 000 francs, les droits de reproduction du putsch avec Eltsine, debout sur les chars qui appelle à la résistance, afin d'inclure la vidéo en début de jeu.

En septembre 1991, au cours d'une réunion à Londres, Martin Alper s'engage à financer la fin des développements de *Dune* comme de *KGB*. Le 27 septembre, Virgin Games USA signe un accord avec Sega concernant l'adaptation de *Dune* pour la console Mega CD — un développement qui assure quinze mois de travail pour l'équipe d'Herbulot.

Dune est prêt à la fin de l'année. Le feu d'artifice visuel doublé d'un accompagnement musical envoûtant déroule une intrigue qui dure près de soixante heures. Son développement a coûté 3 millions de francs, dont 800 000 ont été alloués à la société Cryo, officiellement fondée par Ulrich, Lefranc et Herbulot en janvier. Le contrat par lequel Virgin Games s'engage à diffuser *Dune* est signé dans la foulée au salon CES de Las Vegas. Lefranc et Ulrich ressortent de la réunion avec un budget de 600 000 francs et ont alors l'impression d'être devenus milliardaires.

Dune est publié en mai 1992 aux États-Unis. Dès la première semaine, il se vend à 20 000 exemplaires, soit cinq fois plus que les meilleurs jeux. Ce n'est que quelques mois plus tard que Cryo découvre l'existence de la deuxième mouture de *Dune* réalisée par Westwood Studios. Virgin publie alors ce jeu qu'elle a choisi d'intituler *Dune II* !

Et comme Virgin Games a obtenu entre-temps les droits d'exploitation sur le film de Lynch, Alper insiste pour que la version CD-ROM du jeu inclue les visages des acteurs. Ainsi, c'est un dessin représentant Kyle McLachlan, devenu une star aux États-Unis suite à son interprétation dans la série *Mystère à Twin Peaks,* qui devra apparaître à l'écran pour personnifier Paul Atreides, tandis que Sean Young sera sa compagne de cœur. Par ailleurs, un quart d'heure d'images sont extraites du film afin d'illustrer le logiciel. Pour réaliser les dialogues, une vingtaine de comédiens sont convoqués sous la supervision d'un directeur d'acteurs.

En fin de parcours, Sting, qui interprète le rôle du psychopathe Feyd Rautha, neveu du baron Harkonnen, refuse l'usage de son image. Le graphiste Jean-Jacques Chaubin doit donc altérer le visage du chanteur afin de le rendre méconnaissable. Dans la foulée, Chaubin va jusqu'à pasticher des personnalités liées à l'actualité et certains protagonistes ont le visage de Kadhafi, Khomeyni, Salvador Dali ou Salman Rushdie.

La version CD-ROM de *Dune* est prête plusieurs mois avant le produit sur lequel Virgin mise l'essentiel de ses ressources : *The Seventh Guest.* Publiés simultanément, les deux titres contribuent pareillement à faire entrer le jeu dans l'ère de la fascination visuelle.

Pour Ulrich, le temps de l'espoir est revenu. Le rocker reconverti en programmeur aborde la quarantaine avec une passion immaculée. Déjà dans les couveuses de Cryo, de fabuleux ptérodactyles entament une danse éblouissante sur les lisières d'un lac bleuté et de stupéfiantes automobiles se lancent sur la piste infernale au milieu de montagnes tailladées. Un art nouveau est en train de prendre forme, une pâte à nulle autre pareille imprégnée de la marque de ses inspirateurs. Le monde ne pourra pas résister longtemps à cette débauche insensée de glamour et de robotique.

CHAPITRE 11

MYST LE CHARME TENACE DE L'ÎLE MYSTÉRIEUSE

Que s'est-il passé sur cette île abandonnée? Pourquoi pelouses et bâtiments sont-ils si propres alors que toute vie a disparu? Il est clair qu'une catastrophe est survenue, mais laquelle au juste? À quoi pouvaient servir ces machineries, ces leviers qui ne déclenchent plus rien en apparence et cet énorme engrenage de pierre sur le promontoire? Que dire de ce vaisseau spatial étrangement relié à un pylône? La clé de l'énigme se trouve-t-elle dans les rares ouvrages de l'auguste bibliothèque qui ont survécu à l'usure de l'ancestrale humidité? Ou dans les cryptiques inscriptions murales qui ornent la cave souterraine de l'ancienne bâtisse? Mystère. Nous sommes plongés dans l'univers de *Myst* et il faudra faire preuve de patience et d'intuition. Pendant de nombreuses heures, le voyageur baigne dans la circonspection et l'incertitude. Ponctuée par la musique du vent dans les feuillages, la visite est longue et les indices ne sont distillés qu'à dose homéopathique.

Mais progressivement, des éclairages surgissent et le puzzle prend forme. Les renseignements déferlent, des mondes parallèles se révèlent et l'histoire commence à se dessiner... La découverte devient une source de félicité grâce aux apparitions de décors et d'univers aussi étranges que somptueux. Le parcours mène le joueur dans plusieurs mondes oniriques, appelés « Ages » : l'Age du Sélénium, l'Age de la Passerelle de Bois, l'Age du Bateau-Pierre...

Les plus zélés des explorateurs parviendront à reconstituer la tragédie d'Atrus, de son épouse Catherine et de leurs enfants Sirrus et Achenar, qui abordèrent un jour cette île avant de se retrouver piégés dans un autre temps. Car le jeu, à l'image d'un livre, a une fin. L'épilogue survient lorsque ne subsiste plus aucune énigme et que l'intrigue apparaît dans sa totale limpidité. Toutefois, la comparaison avec un roman s'arrête là, car les issues sont multiples selon que l'on choisit de suivre les injonctions de Sirrus, d'Achenar ou bien encore d'Atrus et, jusqu'au dernier moment, le joueur n'est pas à l'abri d'un faux pas qui pourrait lui être fatal. Il demeure que les jeux interactifs ont ce privilège de permettre de reprendre l'action à un moment antérieur afin de découvrir d'autres conclusions.

Plusieurs dizaines d'heures sont généralement nécessaires pour venir à bout de *Myst.* Ceux qui se retrouvent bloqués dans les dédales d'un Age sans espoir de retour sur l'île d'accueil peuvent heureusement trouver leur salut dans les nombreux livres révélant les secrets de *Myst,* ou sur les forums d'Internet où les voyageurs de cet espace-temps parallèle s'échangent tuyaux et recettes.

L'engouement pour cette fresque interactive qui défie toute classification a été immédiat. *Myst* a été publié sur CD-ROM en septembre 1993 par l'éditeur Broderbund et dès la fin du mois d'avril, 200 000 exemplaires avaient été écoulés. La performance était de taille compte tenu du fait qu'à la fin de l'année 1993 on ne dénombrait que 3,5 millions de lecteurs de CD-ROM dans les foyers, à en croire l'institut Info Tech.

Une telle popularité était étonnante à plusieurs titres. À ses débuts, *Myst* n'a fait l'objet d'aucune campagne publicitaire de la part de son éditeur Broderbund. De plus, il ne s'agissait pas à proprement parler d'un jeu facile, aisément accessible à tous. Les énigmes de *Myst* sont d'une grande complexité et leur résolution requiert une farouche ténacité. En fait, *Myst* s'apparenterait plutôt au genre d'œuvres que les critiques se plaisent à saluer, mais qui demeurent boudées par le grand public.

S'il s'agissait d'un film, il se situerait plutôt dans la lignée de Kurosawa que dans celle de James Cameron.

En dépit d'une telle approche, dès la sortie de *Myst,* un bouche-à-oreille incandescent s'est propagé, dans les magazines branchés comme sur les forums de discussion d'Internet. Dans les cocktails comme dans les émissions de radio, on s'est mis à parler de *Myst* avec délectation et vénération.

Les institutions officielles se sont contentées de prendre le train en marche. En mars 1994, la Software Publishers Association (Association des éditeurs de logiciels) a décerné trois récompenses à l'aventure d'Atrus sur l'île mystérieuse : meilleure interface utilisateur, meilleur jeu de rôles/fantastique, choix de la critique. En février 1995, le logiciel a reçu le grand prix du MILIA, salon multimédia organisé à Cannes. Entretemps, le jeu avait depuis longtemps obtenu la consécration suprême, en générant des ventes historiques.

Myst a également fait preuve d'une longévité à toute épreuve, se refusant à quitter le sommet des classements. À la fin de l'année 1995, 2 millions d'unités avaient été vendues et l'aura du jeu est progressivement devenue telle que, pour bon nombre d'acquéreurs de PC multimédia, l'achat de *Myst* est un passage obligé. Les néophytes veulent savoir ce que recouvre un tel phénomène. En conséquence, à la mi-1996, *Myst* figurait encore parmi les trois meilleures ventes de jeux sur PC et sur Macintosh.

Myst n'a pourtant rien des jeux vidéo habituels... On n'y trouve aucune violence : ni karatéka, ni revolver, ni pièges, ni giclées de sang, pas même un système de points... Dans la plupart des scènes, les personnages brillent par leur absence. On ne meurt pas dans *Myst :* Atrus, Catherine, Sirrus et Achenar n'ont pas disparu, mais sont simplement maintenus piégés dans d'autres époques.

La fameuse vitesse de réaction qui met habituellement à l'épreuve les réflexes des adolescents n'est pas plus au rendez-vous. La progression dans ce labyrinthe intellectuel est lente, mesurée et requiert une attention soutenue

envers l'environnement visuel et sonore, avec une patience digne d'un yogi. Quant à l'interface qui permet de déambuler dans l'île principale et ses annexes, elle est d'une simplicité absolue et ne fait appel à aucun des artifices habituels du multimédia tels que boutons, menus ou boîtes de dialogue. Si la souris permet d'avancer dans les allées, corridors et escaliers, les véritables outils sont les yeux, les oreilles et la jugeote. Mais même si les mouvements sont réduits à la portion congrue, le cheminement dans les méandres du drame d'Atrus génère un suspense digne du *Silence des agneaux.*

Eh oui... *Myst* n'est pas seulement beau, sombre et intrigant. Ce jeu a tout simplement inventé sa propre catégorie. *Wired* proposera cette définition badine, qui s'avère plus judicieuse qu'en apparence : « Une nouvelle forme d'art qui s'apparente à une boîte à énigmes à l'intérieur d'une nouvelle, elle-même située dans un tableau, agrémenté de musique. Ou quelque chose du genre ! »

En clair, ce jeu est réellement différent. Énigmatique. Merveilleux. Tendu. Et incomparable. Certains sont allés jusqu'à le comparer à l'*Ulysse* de l'écrivain irlandais James Joyce *ou à La vie, mode d'emploi* de Georges Perec, deux romans qui innovaient pareillement dans leur structure. Ce qui est sûr, c'est que *Myst* a marqué une rupture esthétique et intellectuelle dans l'approche des jeux interactifs, donnant naissance à un nouveau genre.

Par son contenu, *Myst*, a touché un public plus mature que celui de *Sonic* ou *Donkey Kong.* Mais il a également déclenché auprès de cette population une adulation digne des best-sellers sur consoles. Avocats, médecins ou architectes sont souvent restés à leur cabinet jusqu'à des heures indues. Mais tandis que leurs voisins s'étonnaient d'une telle assiduité à la tâche, ces braves quadragénaires étaient en réalité affairés dans la résolution d'une énigme de *Myst.* Et plus d'un a ressenti d'étranges effets secondaires. Quel utilisateur de ce jeu n'a pas été surpris de découvrir qu'il commençait à vouloir cliquer dans la vie réelle? À la simple vue d'une cuvette, d'un banc dissimulé derrière les feuilles d'un arbre ou d'un compteur rouillé, l'index commençait à se crisper nerveusement, avant que l'on réalise que l'on était dans la réalité. Pour de nombreux « accros », le monde de tous les jours est parfois devenu un simple intermède entre deux sessions de *Myst* !

Les projecteurs se sont naturellement portés sur les créateurs d'une œuvre aussi originale, capable de séduire le marché tant convoité des adultes. *Myst* n'avait pas été créé par un géant à la Sierra On Line ou Electronic Arts. Non.... C'est un tout petit atelier de développement de Spokane, dans l'État de Washington, qui était à la source d'un tel phénomène. Les créateurs de ce studio, Cyan World, vivaient retirés dans les hautes plaines d'un pays aride bordant le Canada.

Rand et Robyn Miller étaient les dignes rejetons d'un pasteur qui a donné naissance à quatre enfants. Ce prêcheur chrétien, Ron, avait pour particularité de n'être affilié à aucune Église particulière, une situation qui l'a amené à voyager d'une congrégation à une autre, d'un bout à l'autre du territoire des États-Unis — Nouveau-Mexique, Texas, Philadelphie... —, allant semer la bonne parole jusqu'à Hawaii ou Haïti.

Ron Miller se distinguait par une approche audacieuse de la foi, se refusant à recourir à l'autoritarisme pour imposer ses vues. Au contraire, cet homme éclairé affectionnait les débats animés et encourageait ses fils à exposer leurs idées et poser toutes les questions à même de leur venir à l'esprit, qu'elles concernent la religion, la politique ou le social. Ron était même suffisamment sage pour éventuellement changer d'opinion suite à de telles discussions. Un tel terreau se révéla propice à l'éclosion de personnalités riches, qui purent s'épanouir dans des voies librement choisies.

Né en 1959, Rand Miller, l'aîné des quatre frères, a passé le plus clair de son adolescence à Albuquerque, au Nouveau-Mexique. Intelligent, pondéré et bienveillant, ce garçon modèle manifestait une forte attirance pour les sciences. Avide de comprendre le fonctionnement des

choses, il dévorait dans le détail d'imposants ouvrages techniques. Lorsqu'il fut en âge de fréquenter le lycée, ce passionné de technologie ne manqua jamais une occasion de visiter le bâtiment informatique de l'université locale, située à quelques pas de son école.

Le choc survint le jour où Rand vit un ami s'adonner à *Lunar Lander* (« Atterrissage sur la Lune »), l'un des premiers jeux informatiques jamais apparus. Il se surprit alors à fouiller dans les poubelles de l'université afin de repérer dans les listings froissés de quoi reconstituer un mot de passe donnant accès à l'ordinateur central. C'était plus fort que lui. Lorsqu'il jouait à *Lunar Lander,* le temps disparaissait. Happé par le défi de toujours améliorer son score, Rand ne pouvait résister au plaisir de refaire encore une ultime partie. C'est ainsi qu'il découvrit, bien avant l'explosion du marché des consoles d'Atari et de Mattel, que les jeux interactifs étaient porteurs de félicités insoupçonnées. Il se mit naturellement à vouloir programmer les siens. Et sa mère Barbara, loin de refréner ses ardeurs, l'encouragea à aller de l'avant. Alors qu'il était en classe de première[1], l'aîné des Miller programma un jeu, *Swarms,* dans lequel des abeilles tueuses tentaient d'envahir les États-Unis. Barbara harcela Rand jusqu'à ce qu'il acceptât de participer à une compétition nationale d'informatique. Il se retrouva en seconde position, ce qui avait de quoi stimuler son penchant pour la programmation.

Robyn était le troisième des enfants de la famille Miller et près de huit ans le séparaient de Rand. Du fait de leur différence d'âges, les garçons n'eurent d'abord que peu de contacts — Robyn se souvient néanmoins que Rand le frappa un jour à la tête avec une batte de baseball. Lorsque son aîné se maria, il venait d'entrer au lycée et ce n'est qu'à partir de cette époque qu'ils en vinrent à s'apprécier mutuellement.

À la différence de son frère, Robyn ne manifestait aucun intérêt pour les jeux et la programmation des ordinateurs. Ses affinités personnelles allaient vers la peinture, la pratique de la guitare et des synthétiseurs. Bien qu'il ne jouât pas dans un groupe, Robyn s'intéressait à l'orchestration, étudiant avec passion les livres consacrés à la théorie musicale. Il se plaisait aussi à réaliser de patientes illustrations, donnant libre cours à un sens aigu de la précision et de la nuance. L'artiste en herbe ne cacha jamais son admiration pour Walt Disney, un homme qui avait réussi à définir une nouvelle forme d'art, une réussite rarissime dans l'histoire. Par chance, Barbara Miller ne cessa d'encourager Robyn à poursuivre ses expérimentations artistiques.

En 1987, Rand officie comme programmeur à la Citizens National Bank of Henderson, une banque du Texas, près de la frontière de la Louisiane. Cette activité, qui l'occupe depuis une dizaine d'années, est loin d'enchanter cet amateur de loisirs interactifs. Robyn, pour sa part, suit des études d'anthropologie à l'université de Washington en vue d'entrer dans un cabinet médical. Le week-end, il donne libre cours à son dada favori : la peinture de paysages oniriques.

Un beau jour, Rand appelle Robyn pour lui parler d'un « livre électronique pour enfant » qu'il a imaginé, et pour lequel les illustrations du cadet seraient du meilleur effet. Robyn acquiesce pour la forme, sans trop savoir de quoi il retourne exactement. Pour sa décharge, personne n'a jamais encore réalisé quoi que ce soit de similaire.

Dès son premier contact avec un ordinateur, le dessinateur s'entiche du logiciel HyperCard et crée immédiatement une bouche d'égout d'où sort une vigne grimpante. Rapidement, il s'avère impossible de brider la créativité de l'artiste de la famille. Alors que Rand envisageait l'équivalent d'un livre sur ordinateur, Robyn peint un environnement fantastique et souterrain peuplé de boîtes secrètes et de pièces bizarres que les enfants pourraient ouvrir à l'aide d'une clé. L'émule de Walt Disney apprend sur le tas et découvre que le dessin sur

1. Le onzième niveau des études, dans le modèle en vigueur aux États-Unis.

ordinateur est une activité prenante, insidieusement gratifiante.

Rand récolte cet incroyable bazar imagé, réorganise le scénario en conséquence, ajoute des effets sonores et programme un jeu étrange dans lequel un voyageur égaré doit s'aventurer au sein d'un monde insolite et farfelu. En pénétrant par la bouche d'égout — une expérience peu engageante au premier abord —, il va découvrir d'incroyables rivières souterraines entourées de colonnades et de mystérieuses tours habitées par des guides amicaux. Ces hôtes primesautiers s'empresseront d'accueillir l'explorateur et d'indiquer les chemins à suivre. Rand conçoit en effet son jeu dans une optique propre à rassurer les enfants — il est impossible de pousser le mauvais bouton et plus généralement d'échouer. La création familiale est baptisée *The Manhole* (« La bouche d'égout »).

Le jeu apparaît en 1988 sur CD-ROM et l'originalité de son approche lui vaut une distinction de la Software Publishers Association. *The Manhole* reçoit le prix de la «meilleure nouvelle utilisation d'un ordinateur». Le plus étonné des deux frères n'est autre que Robyn qui vient de découvrir qu'il peut mettre à profit ses dons artistiques dans un domaine où le fruit de son ignorance se voit primé !

Le rapprochement des deux compères se révèle trop idyllique pour ne pas donner lieu à un partenariat. Dans la foulée, les frangins espiègles créent un studio de développement, qu'ils baptisent Cyan World. Ils décident de s'installer à Spokane, dans l'État de Washington, leur père ayant obtenu une nomination dans l'Église indépendante de la région, la Northview Bible Church. Si le pasteur couvre leur projet d'un regard bienveillant, Barbara se force pour ne pas laisser transparaître son inquiétude : Rand quitte son emploi à la banque et Robyn abandonne ses études pour créer des jeux vidéo !

Un dimanche, alors qu'ils se rendent à la Northview Bible Church avec leurs épouses, les deux frères rencontrent Chris Brandkamp, un drôle de comptable qui

ressemble comme deux gouttes d'eau à Rand. Les sympathies établies, une association voit le jour. Brandkamp, qui a tout de l'homme à tout faire, est bientôt invité à devenir le gérant de Cyan World. Le nouveau venu étant doué pour la menuiserie et le travail du bois, il construit lui-même les locaux de la compagnie : un bâtiment dont l'aspect évoque celui d'un garage. C'est dans cet environnement paisible et bordé de pins que prend forme le premier jeu maison : *Cosmic Osmo* transporte le joueur dans les cieux à bord d'un vaisseau spatial échappant aux définitions habituelles du genre.

De nombreux éducateurs intéressés par le travail de Rand et Robyn demandent alors s'il serait possible d'écrire un jeu similaire à *Cosmic Osmo*, avec un contenu éducatif. La réponse des frères Miller s'appelle *Spelunx et les Caves de Mr. Seudo*. Ce jeu d'exploration de la nature fait la part belle aux expérimentations scientifiques et introduit les enfants à de nombreux sujets allant de la lecture à l'astronomie. *Cosmic Osmo* et *Spelunx* sont pareillement acclamés par la critique et se vendent raisonnablement bien.

Mais le grand tournant a lieu en 1991 lorsque démarre le projet *Myst*.

Rand et Robyn ont désormais l'ambition d'écrire un jeu destiné à un public adulte, celui de leur tranche d'âge, les 25-35 ans. La rumeur veut alors que Nintendo soit en train de travailler en collaboration avec Philips sur une nouvelle technologie, une console dotée d'un lecteur de CD-ROM. Ce nouveau support interpelle alors de nombreux programmeurs de jeux, séduits par les potentiels sonores et vidéo.

Le concept du nouveau jeu est inspiré par un roman dont Robyn démarre la lecture à la même époque, *L'île mystérieuse*, de Jules Verne, qui conte l'histoire d'un groupe de soldats débarquant sur une île peuplée de monstres et de machines inconnues. Au cours des deux premiers mois, Rand et Robyn définissent l'intrigue générale et se montrent particulièrement ambitieux à son égard : elle doit être suffisamment riche pour aller plus

loin que l'histoire qui sera dévoilée dans le jeu, dans le passé comme dans le futur.

« C'était incroyable, se rappelle le cadet, nous avons passé de très longs moments à définir le canevas de *Myst*. Lorsque vous travaillez sur un logiciel pour enfant, vous pouvez dessiner une porte sans savoir au départ ce qui se trouve derrière. Dans le cas de *Myst*, tout devait avoir un sens, avec une histoire cohérente reliant le tout, puisque le titre devait s'adresser à un public adulte. » Les vagues impressions et concepts diffus qui hantent leur imagination se métamorphosent progressivement en un scénario aux ramifications sinueuses et entortillées.

Rand et Robyn font des pieds et des mains pour trouver un financement et l'obtiennent d'un éditeur japonais, Sunsoft Corp, friand de leurs précédents jeux. Sunsoft débloque un budget de 1,5 million de francs et acquiert les droits de diffusion au Japon. Le budget final doublera cet apport initial.

L'idée de l'île s'impose progressivement, les deux frères désirant que le décor présente des frontières naturelles que l'on ne puisse franchir. « Nous voulions que le joueur puisse explorer intégralement l'environnement, explique Rand. Si nous avions situé l'action dans une ville, il y aurait inévitablement eu des rues ne menant nulle part. L'île, en revanche, est un univers fermé dont on ne peut s'échapper. »

Le scénario extrêmement fouillé que les frères ont élaboré se matérialise sous la forme d'immenses cartes reliées entre elles et déployées sur les murs. Il est convenu que la genèse demeurera inconnue du joueur qui verra l'action démarrer à la suite d'une catastrophe majeure dont il ignorera tout. C'est en avançant à tâtons dans l'île déserte que l'explorateur, libre d'aller où bon lui semble et de faire ce qui lui passe par la tête, découvrira bribe par bribe, l'incroyable tragédie vécue par l'humaniste Atrus.

Les frères Miller envisagent un temps d'appeler leur jeu du même nom que le roman de Jules Verne, mais Robyn opte finalement pour l'appellation plus courte et

ténébreuse de *Myst* (le mot anglais « *mist* » signifiant « brume »). L'influence de l'écrivain français est cependant sensible dans certains décors victoriens — en particulier la bibliothèque sous-marine de l'Age de Pierre, dans laquelle certains croiront reconnaître la cabine du capitaine Nemo. Les deux frères avouent également avoir été influencés par *Le Seigneur des Anneaux* de J.R.R. Tolkien et l'ambiance particulière de ce roman de légende. De façon générale, Robyn puise son inspiration, de manière plus ou moins consciente, dans la période littéraire qu'il affectionne, les XVIII^{e} et XIX^{e} siècles — comme les romans d'Alexandre Dumas ou encore *L'île au trésor* de Robert Louis Stevenson. Rand, pour sa part, met à profit ses connaissances scientifiques pour définir certains des appareils présents sur l'île.

La simplicité de l'interface est un choix clairement déterminé : le joueur doit avoir l'impression qu'il évolue dans le monde de *Myst*, et non pas dans celui d'un jeu informatique. « Nous avons adopté une telle approche dès notre premier jeu, *The Manhole*, explique Robyn. Cela vient probablement du fait que nous avons eu comme premier public les enfants. Quelle est la chose la plus familière pour eux ? Le monde réel. Ils savent comment il fonctionne et comment aller d'un point à un autre. Dans le monde réel, il n'y a pas de bouton qui dise : "Parlez à Maman et choisissez l'une de ces trois réponses". Il s'agit donc de la meilleure interface qui soit, puisqu'elle est invisible. »

L'absence de violence paraît fondamentale pour Rand et Robyn, en vertu de leur attachement aux principes instillés par leur père. « Cela nous a paru très important, rapportera brièvement Rand. Nous avons des enfants et nous respectons certaines valeurs. »

Robyn déploie sans réserves ses talents de dessinateur. C'est sur un Macintosh qu'il dessine l'île de *Myst* dans ses moindres détails, à l'aide d'un logiciel *ad hoc :* Strata Vision 3D. Il réalise deux mille cinq cents images, un travail méticuleux et fastidieux, compensé par la magie de voir le décor se constituer progressivement. «Nous créions le modèle polygonal d'un arbre,

scannions un bout d'écorce, puis introduisions divers paramètres dans l'ordinateur tels que l'éclairage, la brume, la réflexion et la texture, raconte Rand. Lorsque nous revenions quelques heures plus tard, le programme avait effectué la représentation d'une forêt entière! »

Il faudra près de deux années à raison de douze heures de travail par jour pour mener le projet à bien. « Le véritable défi pour nous tous a été d'apprendre à dompter la technique de l'interactivité, explique Robyn. Bien que les images soient un élément essentiel, de nombreux autres éléments devaient être combinés si l'on voulait véhiculer une réaction émotionnelle chez le joueur. L'équilibre à trouver est délicat, d'autant que dans ces mondes interactifs, la tâche du joueur est de le bouleverser. »

Alors que toutes les images ont été définies et assemblées, *Myst* se révèle d'un profond ennui. Quelque chose manque pour donner vie à ces paysages inhabités... Une bande sonore !

Le cadet des Miller compose l'équivalent d'une musique de film sur un synthétiseur E-mu Proteus MPS. Brandkamp, pour sa part, passe plusieurs semaines à créer des bruitages, avec les moyens du bord. Le bruit du feu dans une chaudière est reproduit en roulant lentement sur les pierres de l'allée de Cyan World, le clapotis de l'eau est enregistré dans une piscine, l'apparition des carrés dans un puzzle est rythmée par le déclic d'une agrafeuse à air comprimé... Le comptable effectue le mixage de ses échantillons sonores dans une ancienne chambre frigorifique reconvertie en studio de fortune.

Doté de son et de musique, l'univers de *Myst* se révèle unique. D'abord par l'omniprésence de l'eau bleue et clapotante qui environne des promontoires rocailleux taillés à la serpe, le sable de rivages désertiques, les pins qui surplombent l'océan ou la passerelle de bois qui grince et se lézarde. Mais aussi par les quarante minutes de musique qui enrobent les images et contribuent intensément à l'atmosphère de cette quête indescriptible.

Les frères Miller présentent leur œuvre, encore inachevée, à l'éditeur californien Broderbund qui achète alors les droits d'une version Macintosh et prend en charge l'adaptation du jeu sur PC. Du côté japonais, comme le projet d'une machine avec lecteur de CD-ROM a été abandonné par Nintendo, Sunsoft porte finalement le jeu sur plate-forme Sega, ce constructeur envisageant d'utiliser un tel support pour ses jeux.

Les frères Miller savent que leur titre dégage une ambiance ensorcelante. Et se surprennent à croire que *Myst* sera un succès majeur. Dans leur esprit, cela signifie 20 000, peut être même 30 000 exemplaires. À cette époque, la plupart des jeux sur CD-ROM plafonnent à 10 000 unités environ. Si le jeu échoue à trouver son public, il ne leur restera qu'à mettre la clé sous la porte, leur trésorerie étant exsangue. Rand et sa femme Debbie ont été obligés de recourir aux aides gouvernementales pour nourrir leurs trois filles.

Aucun des membres de Cyan World ne s'attendait à un tel raz de marée. 200 000 copies sont écoulées en l'espace de cinq mois. Le demi-million est atteint en janvier 1995. Cette même année, *Myst* s'offre le luxe de vendre plus d'un million d'exemplaires, laissant loin derrière tous les autres titres multimédias et ludiques. À la fin de l'année 1996, les ventes mondiales de *Myst* approchent les 3 millions d'exemplaires et le revenu généré par ce jeu dépasse les 100 millions de dollars, ce qui le met à égalité avec les grands succès d'Hollywood.

La gloire, outre le fait qu'elle a amené de l'oxygène au niveau financier, attire des investisseurs inattendus. Plusieurs studios cinématographiques sont venus frapper aux portes de Cyan World afin qu'un film soit réalisé autour de *Myst.* Mais les frères Miller ont accueilli les propositions des pontes d'Hollywood avec une extrême prudence. «*Myst* est notre bébé, commente Robyn. Nous ne voudrions pour rien au monde qu'il soit dénaturé par une médiocre adaptation. » En revanche, Hyperion, une filiale de Disney consacrée à l'édition, a pu acquérir les droits de trois romans fondés sur *Myst.* Le premier d'entre eux, *Le Roman d'Atrus,* est apparu au début de l'année 1996. Il amène la réponse à des ques-

tions qu'ont pu se poser bien des joueurs. Quelle a été la jeunesse d'Atrus? Comment a-t-il développé ses pouvoirs? Qu'est-ce que l'île de Myst?... Le père d'Atrus, Gehn, emmène celui-ci dans les ruines de D'ni — le monde dans lequel nous le retrouvons si l'on parvient jusqu'à l'épilogue de *Myst*. Gehn enseigne à son fils le secret de techniques mystiques permettant de créer des mondes parallèles. Au départ, Atrus ne perçoit pas de continuité dans les leçons qui lui sont prodiguées et qu'il consigne dans de volumineux ouvrages. Ce n'est que progressivement qu'il réalise qu'à partir des rituels en question il peut créer des utopies. Ces îles incroyables qui connaissent des cataclysmes et diverses catastrophes sont-elles illusoires, ou bien la réplique d'ancestrales civilisations glorieuses? Le mystère demeure entier. Dans une tentative désespérée de sauver une civilisation en perdition, Atrus met à profit ses connaissances mystiques, échappant ainsi à la destruction du monde. À l'évidence, une telle trame est suffisamment complexe pour supporter au moins un deuxième jeu.

Dès 1994, l'essentiel de l'énergie des frères Miller a été mise dans la réalisation d'une suite : *Riven*. Une part importante des bénéfices a été investie dans l'achat de stations de travail Silicon Graphics et dans des locaux plus spacieux. Brandkamp, qui s'est déchargé de la comptabilité sur un nouvel employé, consacre désormais l'essentiel de son temps à capturer et recréer des sons. Une compagnie externe, North by Northwest, effectue le casting et le tournage des séquences filmées qui viennent s'interposer entre deux phases de résolution d'énigmes.

La sortie du jeu tant attendu, d'abord prévue pour 1996, a été repoussée à l'été 1997. « Nous n'avons nullement l'intention de faire le moindre compromis en vue de respecter un calendrier précis. Nous avons la chance d'être dans une position où nous pouvons conserver un contrôle total sur la création », affirme Robyn, avant tout soucieux de réaliser une œuvre sans pareille, indépendamment des diktats du marché. Alors que le développement de *Myst* avait coûté 3 millions de francs, le budget de ce nouveau tome interactif pourrait atteindre les 20 millions.

Ceux qui ont eu la patience de terminer *Myst* se rappelleront qu'Atrus déclarait qu'il pouvait avoir besoin de leur aide dans un proche avenir. Et de fait, *Riven* démarre à D'Ni, là où se terminait le premier jeu. Une partie de l'intrigue concerne la recherche par Atrus de son épouse Catherine, ce qui occasionne l'exploration de cinq nouvelles îles. Aucun des épisodes de cette nouvelle mouture ne se déroule sur l'un des lieux visités dans le jeu précédent. Plus réaliste que l'original, *Riven* autorise une plus grande interaction avec les personnages et fait davantage appel à l'animation. Cyan a recruté pour l'occasion des spécialistes des effets spéciaux issus de Industrial Light and Magic et Disney.

Malgré l'ampleur de leur réussite, Rand et Robyn ont conservé une grande simplicité et semblent parfois avoir du mal à gérer leur nouveau statut de « star » du multimédia. Ils seraient plutôt enclins à modérer les louanges qui leur sont régulièrement adressées. « De nombreux éditeurs, tels que nous-mêmes, sont actuellement en train de poser les règles des médias interactifs, confie Robyn. En gros, nous racontons une histoire dans laquelle le joueur est le personnage principal. Mais personne ne possède encore toutes les clés nécessaires à rendre de telles histoires réalistes et captivantes. Nous ne faisons qu'effleurer la surface d'une nouvelle forme d'art. » Et d'ajouter : « Quoi qu'il en soit, je ne pense pas qu'aucun groupe soit en mesure de faire pour cet art original ce que Walt Disney a fait pour l'animation! »

Les frères Miller ont pris le temps nécessaire à l'élaboration d'un chef-d'œuvre, une attitude confortée par le succès persistant de *Myst* qui écarte tout sentiment d'urgence. Car si le marché a grandi et si les concurrents ont aujourd'hui pour nom Microsoft, Electronic Arts ou Sierra, aucun éditeur n'a encore été en mesure de recréer un jeu « à la *Myst* » qui présenterait pareil attrait. Le phénomène serait-il en tout point unique?

QUATRIÈME PARTIE

IMPROBABLE MATURITÉ

CHAPITRE 12

DOOM
TIREZ SUR TOUT CE QUI BOUGE !

L'action se déroule dans une cave sinistre dont les murs humides évoquent les bas-fonds des citadelles médiévales. Le joueur évolue en vision subjective, avec devant lui le canon d'un fusil. À tout moment, un monstre hideux peut surgir d'un recoin et le prendre pour cible. Il est donc préférable de regarder partout — le programme autorise une vision à 360 degrés. Dans ce dédale de couloirs ternes et repoussants, la survie n'obéit qu'à une seule règle, implacable et incontournable : tirer le premier et ne pas rater sa cible. L'inattention est fatale au milieu de cette galerie infâme de mutants, de démons et de créatures dégénérées qui incluent de métalliques araignées crachant un venin verdâtre. Pour opérer, le héros désespéré s'appuie sur un arsenal qui va du fusil au lance-roquettes, sans oublier l'arme ultime, le BFG 9000, capable de nettoyer une pièce entière. Bienvenue dans le monde de *Doom* et de *Quake* !

Parler d'accoutumance vis-à-vis de tels jeux est une lapalissade. Leurs propres créateurs ont été les premiers à déplorer les journées de productivité qu'ils ont perdues, se trouvant dans l'incapacité d'arrêter une partie. Si *Doom* et *Quake* génèrent une telle attirance, c'est parce qu'ils sont avant tout amusants. Le plus militant des non-violents se laisserait happer par cette abracadabrante mixture de frénésie, suspense et ambiance sanguinolente. Et qu'importe si la sauce tomate coule à flot, les extraterrestres hideux que l'on croise dans ces murs

délavés relèvent avant tout de la bande dessinée et du fantastique. Toute personne animée d'un sentiment de censure devrait avoir l'ouverture d'esprit de se prêter, ne serait-ce que pendant quelques minutes, à une immersion dans ce bestiaire dantesque. Parions qu'il sentira poindre un curieux sentiment jubilatoire à déambuler dans ce cartoon interactif, et qu'il se surprendra à pousser d'authentiques soupirs de soulagement après avoir échappé aux tirs des aliens.

Apparu en décembre 1993, *Doom* a innové à plusieurs titres. D'abord par une remarquable représentation en 3D de l'action, amenant un point de vue subjectif renforcé par une gestion adroite de la stéréo. En deuxième lieu, par la possibilité de jouer contre d'autres joueurs, à deux en empruntant les lignes du téléphone, ou à quatre en passant par le réseau d'une entreprise. Selon leur humeur, les participants peuvent choisir de coopérer dans l'attaque des monstres, ou bien de se prendre mutuellement pour cible.

Les ventes globales de *Doom* ont dépassé 2 millions d'exemplaires, ce qui le placerait officiellement loin derrière *Myst.* Mais si l'on compte les copies diffusées en « *shareware*[1] », *Doom* pourrait prétendre au titre de jeu sur ordinateur le plus populaire de tous les temps, avec pour seul véritable challenger, *Tetris.* Car dans un tel contexte, le nombre des utilisateurs s'élèverait à près de 30 millions.

Le studio qui a créé *Doom,* id Software, a pris le parti de distribuer ce programme gratuitement sur Internet sans revendiquer la moindre contrepartie de la part de ses utilisateurs. Il a même ouvertement encouragé ceux-ci à répandre des copies de *Doom.* Il n'y avait pas d'altruisme dans une telle démarche. Id Software s'est contenté de placer le premier des trois épisodes de ce jeu sur les canaux de libre diffusion. Une fois parvenu à terme, le joueur se retrouvait en plein milieu d'une situation à suspense, et se voyait proposer un numéro vert ! Il pouvait alors acquérir la version complète auprès d'id Software pour une somme modique — environ 200 francs.

Lors de la première année de commercialisation de *Doom,* seuls 5 % des utilisateurs de la version gratuite ont acquis une copie normale, ce qui a permis la diffusion de 140 000 exemplaires. Pourtant, un tel volume a été largement suffisant pour que le robinet de la fortune coule à flots vers la petite compagnie texane. Sur l'année 1994, id Software a vu ses revenus s'élever à 7,7 millions de dollars (38 millions de francs). Mais l'absence d'intermédiaire entre producteur et consommateurs a amené des profits records — aux alentours de 85 % du chiffre d'affaires. Un pourcentage extrêmement élevé : dans l'industrie du logiciel, il se situe davantage aux alentours de 15 %. Le très anticonformiste id Software a ainsi étrenné un modèle économique qui pourrait servir de référence pour l'ère du commerce électronique, toute la question étant de savoir s'il est reproductible à loisir. À défaut d'être couramment praticable en période de croisière, il peut permettre à une simple *start-up* de tenir la dragée haute aux entreprises établies. Il est d'ailleurs notable que Netscape a utilisé la même tactique pour devenir en un temps record le numéro un du logiciel de navigation sur Internet, au grand dam de Microsoft!

En ne distribuant que la première étape de son jeu sur Internet, id Software a transformé des centaines de milliers d'adeptes occasionnels en zélateurs tous azimuts. Mais un autre élément plus inattendu a contribué à faire de *Doom* un phénomène sans précédent. La communauté Internet a renvoyé la balle à sa façon en apportant sa pierre à l'édifice. Partout dans le monde, des joueurs se sont affairés à développer de nouveaux décors pour *Doom.* Certains programmeurs de haut niveau ont même « démonté » le logiciel et créé des outils permettant de le faire évoluer. Des centaines d'extensions sont ainsi

1. *Shareware* : un système de diffusion par lequel l'utilisateur essaye le logiciel et renvoie de lui-même sa contribution à l'éditeur s'il décide de l'acquérir.

apparues. Id Software a pris acte de ce phénomène et publié de manière officielle les spécifications de *Doom*. Une fois qu'un joueur a terminé *Doom*, il peut donc récupérer les centaines de niveaux disponibles sur Internet.

Bien qu'id Software n'ait tiré aucun profit direct d'une telle ébullition, celle-ci a amplifié le phénomène *Doom*, ce logiciel ayant ainsi développé une sortie d'auto-évolution. De ce fait, les nombreux jeux inspirés de *Doom* n'ont pas réussi à entamer l'aura de l'original. Et lorsque id Software a publié son titre suivant, *Quake*, à la mi-1996, le succès a été immédiat. La liaison entre cette édition et son gigantesque public d'aficionados est de nature passionnée et durable.

Respectivement âgés de 21, 22 et 18 ans, John Romero, Adrian Carmack et John Carmack — ces deux derniers n'étant aucunement parents — se sont connus à Shreveport en Louisiane. John Romero a eu la vocation de programmeur dès l'âge de 12 ans. «Je veux faire quelque chose comme cela », aurait-il dit en apercevant *Pac Mon.* Son apparence évoque celle d'un guitariste de hard rock avec de longs cheveux noirs. Égocentrique et extraverti, il adore la compétition sous toutes ses formes. Plus sage dans son apparence, John Carmack ressemble à un premier de la classe avec ses cheveux blonds impeccablement coiffés et ses lunettes. Le benjamin du lot est habité de la flamme du programmeur de génie — il n'a de cesse de se fixer des objectifs techniques en apparence insurmontables et de tenter de les résoudre coûte que coûte. Tout aussi chevelu que Romero, mais plus bouffi, Adrian Carmack excelle dans le dessin de créatures abracadabrantes.

La rencontre du trio infernal a lieu chez Softdisk, un éditeur de magazines couplés avec des logiciels sur disquettes. À cause de la périodicité de la revue, les trois programmeurs doivent concevoir de nouveaux jeux tous les mois, ce qui ne leur permet pas de produire des titres satisfaisants. Pour John Carmack, qui brûle de réaliser des jeux d'envergure, une telle situation ne peut être que frustrante.

Scott Miller, qui dirige la compagnie Apogée, a été le premier à percevoir le potentiel de l'équipe. Suite à l'envoi d'un chèque tenant lieu d'à-valoir, les trois compères — assistés d'un quatrième larron, Tom Hall — conçoivent un jeu ambitieux, *Commander Keen*, qui conte l'histoire d'un garçon de 8 ans appelé à sauver la Terre d'une destruction extraterrestre.

Les ventes de *Commander Keen* rapportent près d'1,5 million de francs et permettent de fonder id Software en février 1991, à Shreveport, en Louisiane. Le trio met un certain temps avant de trouver un port d'attache, émigrant au nord du Mississippi vers Madison, dans le Wisconsin, avant de redescendre au Texas, à Mesquite, dans la périphérie de Dallas. Près de la voie expresse Lyndon B. Johnson, ils dénichent une tour de verre dans laquelle ils s'installent pour ne plus repartir.

Mai 1992 voit l'entité produire son premier best-seller, *Wolfenstein-3D*, une aventure controversée qui place le joueur à l'assaut d'une forteresse abritant de vilains nazis. C'est à l'occasion de la sortie de ce jeu que Jay Wilbur décide d'adopter le principe d'une diffusion en *shareware*, déclinant au passage une offre de distribution de Sierra On Line. Conçu en collaboration avec Apogée, *WolfensteinSD* rapporte 12 millions de francs et se vend à plus de 250 000 exemplaires. Id Software se sépare alors d'Apogée pour voler de ses propres ailes. *Doom* va naître du croisement de trois forces : un moteur graphique révolutionnaire sur lequel planche John Carmack, des décors hallucinés qu'invente Romero et une galerie de monstres que conçoit Adrian Carmack et que n'aurait pas reniés le dessinateur Giger. Le scénario de *Doom* tiendrait sur un ticket de métro : un fusilier marin est confronté à une horde de démons sauvages.

L'essentiel de l'atmosphère infernale va reposer sur le « moteur graphique », le logiciel capable de supporter l'affichage en temps réel de décors en 3D. Il s'agit pour John Carmack de transmettre à l'utilisateur l'illusion qu'il est bel et bien en train de se déplacer dans les sombres couloirs de *Doom*. La clé repose sur un rafraîchissement suffisamment rapide de l'image pour donner

aux sens l'impression d'instantanéité. En attendant que le parc des ordinateurs installés soit d'une puissance autorisant un débit comparable au cinéma, il faut trouver un juste compromis entre la précision de l'image et la vitesse d'affichage des pixels. John Carmack choisit de privilégier l'action immédiate au raffinement visuel. Il est vrai que l'ambiance de l'épopée infernale s'accommode parfaitement de cette absence de finesse. La vivacité et la dynamique l'emportent sur la joliesse, mais qui serait assez fou pour prendre le temps d'admirer ces tunnels hantés ?

John Romero conçoit les labyrinthes que le guerrier devra explorer et définit les actions qui devront s'y dérouler, chacun des lieux correspondant à un niveau du jeu. Il est secondé dans une telle œuvre par Sandy Peterson, auparavant créatrice d'un jeu de rôles fondé sur une nouvelle de Lovecraft.

Adrian Carmack définit le style visuel de *Doom,* aidé en cela par un autre graphiste, Kevin Cloud. Les monstres hideux que l'on verra apparaître dans le jeu sont d'abord créés sous la forme de pâtes à modeler, avant d'être soumis à l'action d'une caméra et filmés depuis huit angles de vue différents. Les images sont ensuite entrées dans l'ordinateur.

Le 10 décembre 1993 à 12 heures 2 minutes très exactement, *Doom* est envoyé sur plusieurs sites de téléchargement, en passant par l'ordinateur de l'université du Wisconsin. Presque immédiatement, les systèmes sont saturés et certains « plantent », incapables de supporter l'afflux de demandes. La popularité de *Wolfenstein-3D* a suscité un intérêt considérable pour la nouvelle épopée d'id Software. Mais la découverte de *Doom* va décupler la fièvre. C'est la première fois qu'un jeu offre une expérience aussi prenante. L'atmosphère déliquescente de ce lugubre capharnaiim véhicule un réalisme lié à la tension, l'imprévisible, la nécessité de demeurer perpétuellement en alerte, de longer les murs en scrutant toute intrusion avec une vision panoramique.

En quelques semaines, *Doom* devient un phénomène à

grande échelle aux États-Unis. Lorsque deux cadres apprêtés se rencontrent lors d'un voyage d'affaires, il n'est pas rare qu'ils se demandent : « À quel niveau de *Doom* es-tu parvenu ? » Des pères de famille bien rangés avouent parfois qu'ils sont totalement « accros » à la confrontation d'horribles monstres dans ces souterrains nauséabonds. Ceux qui ont choisi d'aborder le jeu avec l'option « cauchemar » se gaussent des blancs-becs qui préfèrent effectuer la visite en mode « trop jeune pour mourir » : dans le premier cas, les monstres ressuscitent au bout de huit secondes ! Certains rapportent de curieux effets secondaires — ils ont parfois l'impression de voir les murs bouger et s'attendent à voir surgir un monstre du plus inoffensif des couloirs. D'autres attribuent à la pratique de *Doom* le fait qu'ils arrivent bien malgré eux en retard à leurs rendez-vous, sautent systématiquement le repas de midi et se surprennent même à parler de manière brusque avec leurs amis et leur famille. Passionné par *Doom,* le groupe de rock Nine Inch Nail installe un réseau local dans son bus de tournée afin que les musiciens puissent s'affronter rageusement entre deux concerts.

L'un des aspects de *Doom* cause bien du souci dans les grandes entreprises. En créant cet incroyable jeu, id Software a eu l'idée de prévoir un mode multi-utilisateurs, permettant d'accueillir jusqu'à quatre joueurs simultanés sur un réseau dit « local » — composé de PC situés dans un proche espace. Résultat : à la moindre occasion, les employés se lancent dans d'interminables parties de *Doom.* Ce logiciel devient bientôt l'une des raisons majeures de la baisse de productivité dans les entreprises et les universités. Un grand nombre d'entre elles bannissent l'utilisation du programme — notamment l'université de Texas et la société Intel — et certaines vont jusqu'à menacer de licenciement tout utilisateur qui conserverait une copie du programme sur son disque dur. On trouve même sur Internet un virus dont la mission consiste spécifiquement à effacer ce jeu d'un PC!

Le jeu a également ses détracteurs, le sénateur Joseph Lieberman étant le premier d'entre eux. « Je n'aimerais

pas que ma fille voie un tel jeu qui fait la part belle aux effusions de sang et aux fusillades avec une imagerie très réaliste », affirme le parlementaire lors des audiences organisées à Washington en juillet 1994 afin d'instituer un système de classification pour les jeux. Il appuie son argumentaire d'une démonstration du logiciel.

Voilà plusieurs mois que l'Amérique se préoccupe de l'impact de certains titres généreux en hémoglobine, crânes arrachés, hurlements de boucher et autres ersatz de vilenies béatifiées. Que penser d'un système dans lequel le compétiteur est félicité, encouragé, promu après avoir semé le carnage sur son passage ? demandent certains médias. *Newsweek* assimile un tel engouement à de la « démence » et affirme que certains jeux font appel à quelque chose de « primaire dans des psychés encore peu formées et encore enclines à des comportements butés, cet instinct guerrier qui dans une autre culture les aurait envoyés sur le sentier de la guerre ».

La première dame des États-Unis, Hillary Rodham Clinton, rejoint le lot des séditieux. « Je suis scandalisée par certains jeux vidéo. Il y en a un où l'on entend dire : "tue-la, tue-la, achève-la!" L'intensité est effroyable! » La première dame ne mâche pas ses mots, lorsqu'elle exprime son dégoût pour *Mortal Kombat*, un titre d'Acclaim. *Dixit* l'épouse de Bill : « Il existe de plus en plus d'études attestant du fait que la télévision change la perception que les enfants ont d'eux-mêmes. [...] Le fait de participer activement à des jeux violents pourrait s'avérer bien pire que la position d'observateur passif devant la télévision, du fait de l'implication dans l'action. » La femme du président appelle donc de ses vœux l'édification d'un système de classification sur les jaquettes de jeux.

L'inquiétude des associations de parents face aux valeurs véhiculées par certains jeux remonte au début des années quatre-vingt. À cette époque, deux titres, *Shark Attack* et *Death Race*, avaient soulevé une légitime inquiétude à cause de l'objectif qui était fixé : assassiner des spectateurs innocents. Dans *Shark Attack*, le joueur pilotait un requin et marquait des points chaque fois qu'il dévorait d'infortunés plongeurs. L'émoi avait été tel qu'un groupe de parents mené par le docteur Everett Koop était parvenu à prononcer l'interdiction de tels titres.

Dans les années quatre-vingt-dix, c'est le sénateur démocrate du Connecticut Joseph Lieberman qui s'est fait le porte-parole de la cause. Le 1er décembre 1993, lors d'une conférence de presse du Sénat, l'homme s'est déclaré « outragé » par *Night Trop* et *Mortal Kombat.* « Je souhaite que nous puissions bannir de tels titres en vertu de la Constitution. »

À l'occasion des discussions parlementaires sur le sujet, le débat fait rage d'un bout à l'autre des États-Unis. David Sheff, auteur d'un livre sur Nintendo, estime que c'est l'invasion des jeux japonais qui a insidieusement secoué le système de valeurs américain. « Des générations d'enfants s'étaient vu inculquer le message de Mickey : se montrer honnête, travailler dur, etc. Mario a transmis d'autres valeurs : tuer ou se faire tuer, le temps qui vous est imparti est bref et vous êtes seul. » Le pacifique Rand Miller, coauteur de *Myst,* souvent cité en modèle pour la placide quiétude de la plupart des scènes, apporte un jugement modéré : « Les gens sont parfois surpris d'apprendre que nous ne sommes pas résolument opposés à la violence dans un média artistique. Comme tout élément capable d'évoquer une forte émotion, la violence peut être un outil utile pour le créateur. Mais il faut en user avec précaution. Le problème concernant la plupart des manifestations de violence dans les médias d'aujourd'hui est là. Quelles sont les leçons qui sont enseignées au passage — si tant est qu'il y en ait aucune? La plupart du temps, la violence semble s'autojustifier. Elle est gratuitement offerte au vu de chacun, au lieu d'être utilisée pour nous enseigner d'importantes vérités. »

Sid Meier, auteur du jeu de stratégies *Civilisation* — un million d'exemplaires —, s'élève contre toute tentative de censurer les jeux. « Les gens savent parfaitement distinguer la différence entre le fantastique et la réa-

lité. » Malgré ses dehors gore en apparence, *Mortal Kombat*, tout comme *Doom*, serait trop caricatural et proche de la bande dessinée pour être pris au sérieux. Les éclaboussures grotesques de ketchup, ou encore le fait que les os d'un guerrier abattu volent en éclats et retombent par terre avant de disparaître, de tels effets paraissent trop exagérés pour être crédibles. Nolan Bushnell, fondateur d'Atari, opte pour une vision pondérée. S'il est décent de s'inquiéter de l'influence de *Doom* ou de *Mortal Kombat* sur certains adolescents, le calme avec lequel la plupart d'entre eux s'affrontent devant l'écran paraît un gage du détachement éprouvé vis-à-vis de tels exercices d'adresse. « Il existe un grand nombre d'études qui tendent à prouver que la violence à la télévision ou dans les jeux n'a pas d'effet sur la plupart des gens, mais peut avoir un effet de déclenchement chez certains types d'individus, explique Bushnell. Doit-on effectuer une censure au niveau de la majorité des consommateurs (sur lesquels les scènes violentes n'ont aucun effet) afin d'écarter le danger auprès d'une minorité de gens ayant des problèmes de comportement? La question est du ressort des politiciens. »

Sollicité par les médias, Romero a beau jeu d'expliquer que *Doom* ne reflète aucunement sa vision personnelle du monde. « Nous avons simplement voulu faire quelque chose qui soit réellement amusant ! Vous ne pouvez pas buter de véritables démons dans la vie courante puisqu'il n'y en a pas... » Il se montre d'ailleurs favorable à un système de classement analogue à celui adopté dans le cinéma. « Je pense toutefois qu'un classement par tranches d'âge est inadéquat, dit Romero, car la maturité peut varier d'un enfant à un autre. Il vaudrait mieux établir un indice reflétant le degré de violence d'un jeu, ou de tout autre facteur jugé inquiétant. »

Le sénateur Lieberman qui œuvrait en faveur d'une censure totale sur certains jeux affronte une contre-attaque en règle abondamment financée par les lobbies du secteur. Il doit finalement se résoudre à l'édification d'un système de points informant le consommateur du degré de violence des jeux. Alertée, l'industrie française du jeu a préféré prendre elle-même les devants et se regrouper sous la forme d'une institution officielle, le SELL, Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs, en vue d'adopter une méthode de cotation similaire. *Doom* est toutefois banni en Allemagne en raison de son caractère excessivement violent. En Angleterre, l'Advertisers Standards Authority — équivalent britannique de notre Bureau de vérification de la publicité — obtient le retrait d'une campagne de lancement de *Doom* comportant ce slogan païen : « Allez en enfer : vous le méritez ! »

Id Software, qui emploie dix personnes en 1994, voit ses bénéfices atteindre des sommets. Cette montée en puissance est immédiatement matérialisée par l'achat de deux Ferrari Testa rossa qui viennent s'aligner dans la cour d'entrée. Ce sera le seul véritable signe extérieur de richesse du gang.

Sollicité par les *majors* du jeu, id Software cède à la tentation et confie la publication de *Doom II* à l'éditeur GT Interactive. Quelques jours avant le 10 octobre, date du lancement officiel, les commandes émanant de distributeurs s'élèvent à 500 000 exemplaires.

La compagnie texane se voit également sollicitée par les industries du livre et du film. Pocket Star Books achète les droits de quatre romans inspirés de *Doom*. De son côté, Universal Studios signe un accord de réalisation pour un film. Northern Lights, que dirige Ivan Reitman, qui a dirigé *Ghostbusters*, est le producteur. La réalisation est confiée à Moe Lospinoso, lequel a déjà travaillé sur l'adaptation cinématographique de *Super Mario Bros.*

Vers la fin de l'année 1994, Microsoft, qui est en train de développer Windows 95, réalise qu'elle ne pourra pas publier ce nouveau système s'il n'est pas en mesure de supporter le best-seller *Doom*. Des discussions sont même engagées afin qu'une version allégée du jeu figure dans Windows 95. Mais la tractation capote, les membres d'id Software se refusant à toute concession ou édulcoration de leur jeu, notamment en matière de violence. Microsoft prend néanmoins en charge la tâche consistant à convertir *Doom* pour qu'il fonctionne sous

Windows 95 et ce jeu gore est communément utilisé par le géant du logiciel en vue de montrer que son nouveau système gère élégamment les programmes existants. Même le sage IBM prend acte de la popularité de *Doom* et contacte id Software afin qu'une version soit développée pour son propre système d'exploitation, OS/2.

Tandis que les clones de *Doom*, le plus souvent baptisés « *Doom-killer* », poussent comme des champignons, le gang s'attelle dès la fin de 1994 à donner une suite à la saga : *Quake*.

John Carmack commence par créer un nouveau « moteur 3D ». Tout comme les créateurs de *Seventh Guest* ou *d'Alone in the Dark*, Carmack n'a de cesse d'améliorer ses outils. Une fois qu'un moteur est terminé, et parfois même avant d'arriver à terme, surgit l'irrésistible impulsion d'en créer un nouveau, plus efficace, plus rapide, plus robuste. Conséquence : Carmack jette ses outils aussi rapidement qu'il les crée, à charge aux programmeurs de suivre le rythme et de s'adapter en permanence. Adrian Carmack s'attaque pour sa part à la définition des décors avec l'aide de Kevin Cloud. Leur inspiration les mène vers l'époque aztèque, avant de dériver vers les châteaux médiévaux.

Id Software n'est pas Microsoft ou Electronic Arts. Aucun conseil d'administration n'est suspendu aux spasmes d'un sismographe boursier, à guetter chaque sortie de produit et chaque retard comme un indice déclencheur de vente ou d'achat du titre. Aux questions des journalistes qui leur demandent quelle sera la date officielle de publication de *Quake*, la réponse est formelle : « dès qu'il sera terminé ».

Pourtant, vers le milieu de l'année 1995, l'inquiétude gagne l'antre du soleil noir. Si les *Doom-killer* se succèdent inlassablement, du côté d'id Software, rien de nouveau. Manquant d'une réelle motivation, l'équipe de développement prend son temps.

Inquiets du relâchement de leurs troupes, Carmack et Romero prennent les choses en main. Les murs qui tendaient à isoler les programmeurs dans leurs tours d'ivoire sont abattus. Toute l'équipe, des programmeurs aux graphistes en passant par les scénaristes, se retrouve logée à la même enseigne, dans une immense salle, aussi aguichante qu'un centre de tri postal. Sur les tables qui longent les murs ne demeurent que les ordinateurs, blocnotes, livres de programmation et autres accessoires consacrés au développement de *Quake*. Il en sera désormais ainsi jusqu'à ce que le programme soit terminé. John Romero se fait un point d'honneur de produire le plus de niveaux pour *Quake* —jusqu'à un par semaine.

L'univers médiéval imaginé par Adrian Carmack et Kevin Cloud a montré ses limites, l'éventail des armes anciennes amenant une jouabilité limitée. À la suite d'une intense séance de *brainstorming*, l'équipe choisit de placer le début de *Quake* dans un environnement militaire futuriste, plus à même d'ouvrir la voie à des équipements extraordinaires, et ce, quand bien même cela implique une refonte de l'acquis. Le scénario remanié inclut désormais le voyage dans le temps — dès lors que l'on franchit certains portails. Lors de son périple, le joueur croise des créatures futuristes qui voyagent pareillement à travers les époques. Le surréalisme fantastique atteint un degré inattendu lorsque l'on rencontre des zombis qui, depuis leur cachette, arrachent des morceaux de leur chair afin de les projeter sur leurs assaillants. Ces humanoïdes morts-vivants explosent comme le feraient des ballons rouges emplis d'eau lorsqu'ils sont touchés par une balle !

La formule du travail collectif est idéale pour libérer l'explosion de talents conjugués qui a autrefois permis *Doom*. Très vite, la pièce devient un concert de cris, d'insultes et de furie, tandis que les programmeurs se transforment en testeurs occasionnels. Les compétitions, qui peuvent s'étendre sur plusieurs heures, donnent lieu à des échanges verbaux truffés de mots que les dictionnaires se refusent à répertorier. Romero se fait un plaisir de battre ses collègues à ces joutes par ordinateur interposé. Trent Reznor, du groupe de rock Nine Inch Nails, est choisi pour créer l'ambiance sonore du titre sous forme d'effets et de musique instrumentale « heavy métal ».

À la fin de l'année 1995, les revenus de id Software atteignent 15,6 millions de dollars et le jeu *Doom* termine en quatrième position des ventes de l'année, derrière Windows 95, *Myst* et le logiciel de gestion Quicken.

Le test à grande échelle de *Quake* est effectué sur Internet en vertu d'un principe qui a fait ses preuves. Trois niveaux sont diffusés en février 1996. Deux jours plus tard, des listes d'anomalies affluent dans la boîte aux lettres électronique des programmeurs. Certains « bidouilleurs » ont eux-mêmes concocté des rectifications à ces mêmes anomalies et ne sont que trop heureux de les fournir à id Software.

Jay Wilbur, qui dirige id Software, adopte une nouvelle forme de diffusion. *Quake* est diffusé en direct au prix modique de 20 francs, le CD-ROM ne comportant que le premier tiers du jeu. Si le joueur veut connaître la suite, il lui faut appeler un numéro vert, indiquer son numéro de carte de crédit et débourser 140 francs.

Quake a été conçu de manière à pouvoir s'accommoder de seize joueurs simultanés sur un même serveur d'Internet. Très vite, ce type de denrée pullule sur le réseau. Les serveurs d'accueil de *Quake* se multiplient d'un bout à l'autre de la planète.

Fidèle à ses principes, id Software ne consacre pas le moindre dollar à la promotion ou au marketing. Les médias se chargent d'ailleurs d'annoncer l'événement d'une manière voyante. « *Quake* est un monde totalement 3D, explique l'homme du marketing, Mike Wilson, au quotidien *USA Today*. Vous pouvez regarder en haut, en bas, tout autour de vous, plonger sous l'eau, nager et tirer en même temps, attraper des munitions sous-marines et remonter pour tirer. Le monde de *Doom* était en deux dimensions. Nous avons réussi à vous faire croire qu'il était 3D, mais il ne l'était pas réellement ! »

Considérés comme des stars davantage que comme des programmeurs, Carmack et Romero sont désormais reconnus par leurs fans et doivent alors se soumettre au rituel des autographes. Une situation qui ennuie le premier, alors qu'elle enchante le deuxième. Certains médias vont jusqu'à trouver des points communs entre John Carmack et Bill Gates, à savoir la blondeur, le port de lunettes et aussi le goût de la vitesse. Sur la voie expresse Lyndon B. Johnson proche du siège, Carmack lance allègrement sa Testa rossa jaune crème à deux cents kilomètres à l'heure, insouciant des limitations officielles d'une Amérique timorée en la matière. Insatisfait des prouesses de ce modèle officiel, Carmack s'est même fait construire sa propre Ferrari. Mais le cofondateur d'id Software se distingue de son homologue de Microsoft par une passion pour les armes médiévales : une épée à la Excalibur et une hache d'armes faite main à la lame chromée figurent parmi les ornements de son bureau. Et ils ne sont pas uniquement décoratifs, beaucoup s'en faut. Un soir, la porte du bureau de John Romero s'était bloquée. Coincé à l'intérieur, le programmeur se retrouvait dans l'impossibilité de sortir avant le petit matin, les services de maintenance étant fermés. Dans le couloir, plusieurs membres de l'équipe ont débattu de la situation quand soudain John Carmack a été saisi d'une illumination. « Mais j'ai une hache d'armes dans mon bureau ! ». Aussitôt, toute l'équipe d'id s'est mise à entonner un mantra : « La hache d'armes! La hache d'armes!» Carmack s'est emparé de l'objet et s'est acharné à fracasser la porte. Celle-ci est demeurée ainsi. L'histoire montre jusqu'où pouvait aller le sentiment de solidarité entre Romero et Carmack, les deux hommes qui présidaient aux décisions en matière de programmation et de conception.

Le 8 août 1996, le fier guerrier Romero a quitté la maison pour démarrer une nouvelle édition de logiciels, Dream Design, « dont les objectifs seront différents ». Romero a quitté la compagnie en bons termes et compte utiliser le moteur 3D de John Carmack pour ses futurs jeux. Une part de l'esprit qui a prévalu à *Doom* et *Quake* pourrait-elle disparaître ?

Carmack ne le pense pas, d'autant qu'un autre programmeur de renom rejoint le groupe. Auteur de plusieurs livres faisant autorité en matière de programmation, Michael Abrash a participé au développement de

systèmes très avancés tels que Windows NT chez Microsoft. Dès la sortie de *Doom,* John Carmack avait proposé à Abrash de les rejoindre. Ce dernier avait décliné l'offre, car il désirait mettre en place chez Microsoft un système expérimental de jeux virtuels en réseau. Le projet ayant été attribué à une autre équipe, Abrash a pris ses cliques et ses claques et rejoint le Texas.

Michael Abrash est arrivé avec une vision supérieurement audacieuse du jeu en réseau. En tant qu'instrument de coordination collective au sein du cyberspace — l'espace virtuel des ordinateurs connectés — les évolutions de *Quake* pourraient préfigurer les environnements de demain. « Grâce au langage de *Quake*, les utilisateurs pourrons créer de nouveaux jeux et bâtir de nouveaux mondes. Notre ambition est de permettre que ces divers mondes puissent se rejoindre les uns les autres, par l'intermédiaire de portes. » L'univers de *Quake* deviendrait alors potentiellement infini, ne cessant de s'accroître des contributions de la communauté Internet !

La plus grande menace qui pèse sur une entité telle qu'id Software serait d'être tentée par la respectabilité et l'embourgeoisement. D'autres sociétés formées de jeunes anticonformistes ont connu pareil parcours, à commencer par Apple ou Microsoft. Pour l'heure, la compagnie texane se fait un devoir de ne pas entrer dans le jeu classique des sociétés capitalistes. Il n'est pas question d'entrer en Bourse, affirme Wilbur, car cela risquerait de ne plus être drôle. Et le code vestimentaire demeure le short et le tee-shirt.

Mais l'heure de la récupération par l'*establishment* n'est plus très loin. Le modèle de diffusion original adopté par id Software a attiré l'attention des plus grands magazines financiers. *The Economist* s'est demandé si id Software n'avait pas eu l'intuition de la formule du commerce dans le cyberspace. « Id a été en mesure de dépenser moins et de gagner plus que n'importe quelle autre compagnie opérant selon un modèle traditionnel. Elle a tiré cet avantage d'une caractéristique fondamentale du logiciel (et *a fortiori* de toute sorte d'information numérique) : réaliser de parfaites copies et les distribuer ne coûte presque rien. » Selon une autre étude réalisée par *Fortune,* id Software aurait capitalisé sur le phénomène du « retour sur investissement croissant » décrit par le professeur W. Brian Arthur de l'université de Stanford, qui affirme que dans certaines industries telles que le logiciel, celui qui est en tête tend à accroître inévitablement son *leadership.* En distribuant son produit gratuitement, id Software aurait donc pu atteindre la taille critique assurant une domination dans sa catégorie.

Mais il y a mieux. La Marine américaine a jugé bon de détourner *Doom* pour entraîner ses troupes. « Après avoir joué à *Doom* pendant un bon moment, nous avons eu l'idée qu'un tel environnement généré par ordinateur pourrait être adapté comme aide à la formation des soldats », explique le lieutenant Scott Barnett.

Vers la fin de l'année 1995, Barnett et d'autres experts militaires ont travaillé pendant plusieurs mois à transformer les labyrinthes et monstres de *Doom,* en remplaçant les éléments du jeu par des images de fusiliers marins confrontés à des soldats ennemis, et développant des centaines de scénarios de combats réalistes.

Le colonel Paul E. Hanover, qui ne cache pas le plaisir qu'il a eu en jouant à *Doom,* ne reproche qu'une seule chose à l'original : son manque de subtilité. « L'objectif de *Doom* est de tuer. Vous gagnez en éliminant le plus de gens, et la violence maximale obtient le meilleur résultat. C'est une mauvaise leçon. S'il est un état d'esprit qu'un guerrier professionnel ne devrait jamais avoir, c'est bien celui-là! »

Fort heureusement, le sergent Dan Snyder affirme que dans la version revue et corrigée, il n'est pas question de tirer pour le plaisir. L'objectif est d'entraîner une équipe de quatre soldats à coopérer, écouter et prendre des décisions rapides. Et Snyder d'ajouter que ce *Marine Doom* permettra d'économiser aussi bien des fonds que... des vies humaines ! Un joli retournement de situation.

CHAPITRE 13

WING COMMANDER LA TENTATION D'HOLLYWOOD

Sur le fond bleu océanique, Mark Hamill agite bras et jambes dans le vide, l'air benêt, à l'instar d'un macaque parachuté par erreur sur la piste de *Holiday on Ice*. Toute ressemblance avec Luke Skywalker échappe à l'observation immédiate. Coupe au rasoir, la bedaine affleurant, Hamill n'a plus rien du rebelle mèche au vent qui combattait les forces impériales dans l'épopée des *Star Wars*. Le voir gesticuler méthodiquement dans un décor plus dépouillé qu'une composition de Mondrian donne l'impression d'assister à une rétrospective sur le mime Marceau par un jour de chômage généralisé des accessoiristes. Glamour, glamour, où es-tu?

Heureusement, il y a le moniteur témoin. Un coup d'œil sur cette fenêtre magique et le héros reprend tranquillement sa place dans un écrin fantastique. Tout s'explique! Sur fond de voûte étoilée, le capitaine Hamill est en train d'escalader une immense échelle qui mène vers le *Victory*, un gigantesque vaisseau spatial. Ce genre de maquette coûte ordinairement si cher que Robert Wise, le réalisateur de *Star Trek*, n'hésita pas à imposer aux spectateurs une interminable séquence de cinq minutes dans laquelle l'*USS Enterprise* était filmé sous toutes les coutures. Le *Victory*, pour sa part, n'a pas mis à mal la trésorerie de la production. Tout comme le paysage galactique, ce cargo interstellaire est le fruit du coup de « pinceau » habile d'un infographiste. Lors de la scène suivante, Hamill est rejoint par d'autres acteurs sur le même plateau d'une sempiternelle teinte émeraude. Sur l'écran témoin, le commandant donne ses ordres au sein d'un centre de contrôle dont la sophistication n'est pas sans rappeler le *Nostromo d'Alien, Le Huitième Passager*. Une telle production en aveugle pourrait manquer de charme, mais il demeure qu'au final le spectateur n'y verra goutte. « George Lucas m'avait dit, il y a dix ans, qu'un jour tous les films seraient réalisés de cette façon, confie Hamill. Cela rend l'interprétation plus complexe puisque que nous ne pouvons pas nous appuyer sur des repères visibles pour nous déplacer. Mais peut-être atteignons-nous là une forme plus pure du jeu d'acteur. Nous appartenons par définition au monde de l'illusion. »

Le réalisateur de ce film au décor invisible, *Wing Commander III*, est un jeune coq au physique de contrôleur de gestion. Un peu empâté, Chris Roberts est coiffé et habillé de manière sage. S'il paraît réservé et sous tension, c'est parce qu'il tient les commandes d'une invraisemblable machinerie sur laquelle il porte en permanence une intense concentration.

Le tournage, qui a lieu dans le studio Haven Hearst de Los Angeles, s'apparente à un marathon, les scènes étant tournées à la chaîne. « Sur un plateau traditionnel, explique Hamill entre deux prises, vous jouez une scène puis bénéficiez de plusieurs heures pour vous relaxer et vous préparer à la suivante, le temps que les techniciens mettent en place le décor, réajustent la lumière. » Ici, aucun relâchement n'est permis, puisqu'un simple clic peut transformer les poussières d'étoiles en cabine de repos avec couchettes futuristes. Mais Hamill n'est pas enclin à se plaindre; à ce stade de sa carrière, il a accueilli cette proposition de tournage avec un réel soulagement.

Formé à l'art dramatique, Mark Hamill avait vu sa carrière faire un bond lorsqu'il avait été choisi pour interpréter le héros de *La Guerre des étoiles*. Mais entre le second et le troisième volet de la trilogie, le jeune premier avait été victime d'un grave accident de voiture qui l'avait partiellement défiguré. De minutieuses opérations

de chirurgie esthétique avaient été nécessaires pour lui recomposer un faciès de jouvenceau, mais les séquelles demeurant visibles, les scénaristes avaient dû remanier l'histoire du *Retour du Jedi,* afin de justifier son changement d'apparence.

Une fois terminé le tournage du dernier épisode de la trilogie de Lucas, Hamill s'était sans cesse vu proposer des rôles de sauveur de planètes menacées par d'horribles aliens. Il les avait systématiquement refusés. Les offres avaient fini par s'espacer, et suite à la rupture avec son agent, il s'était retrouvé au chômage avant de sombrer progressivement dans l'oubli. Il avait alors porté un amer constat sur sa situation : il était trop mûr pour jouer les adolescents et trop jeune pour incarner un personnage ayant pleinement vécu. Hamill avait finalement décidé de se retirer du cinéma afin de tenter un *come-back* retentissant l'heure venue. Avec sa femme Marilou et leurs trois enfants, le saltimbanque avait migré à New York. Il s'était lancé dans une carrière théâtrale, succédant à David Bowie dans *Eléphant Man* puis reprenant le rôle-titre de la pièce *Amadeus.*

Lorsqu'il était revenu à Los Angeles sept ans plus tard, Hamill avait dû déchanter. En guise de rôles, il ne s'était vu offrir que des « voix » dans des publicités, des dessins animés (celle du Joker dans *Batmari),* ainsi que dans un jeu vidéo *{Gabriel Knight).* Désœuvré, le comédien passait la plupart de son temps à retaper sa maison de Malibu. Il entretenait l'espoir d'être sollicité pour la nouvelle trilogie de *Star Wars* que préparait George Lucas. Mais le réalisateur avait finalement choisi de situer la nouvelle série avant la naissance de Luke Skywalker, ce qui avait ruiné les espoirs de l'acteur déchu. Sur le conseil de son agent, Hamill avait alors accepté de participer à un casting insolite, celui de *Wing Commander III.*

Contre toute attente, Chris Roberts, dont l'enfance avait baigné dans *Star Wars,* avait accueilli Hamill à la manière d'une star et n'avait été que trop heureux de l'engager pour le rôle principal. Le destin avait certes été suffisamment narquois pour faire rempiler l'acteur dans un rôle de sauveur de planète aux prises avec d'horribles aliens. Mais il y avait une nuance...

Le tournage effectué par Roberts n'était pas destiné à drainer les populations d'Amérique et d'Europe vers les multiplexes et *drive-in.* Dans *Wing Commander III,* les images mettant Hamill aux prises avec des extraterrestres allaient venir s'intercaler entre deux séquences d'un jeu informatique. Le genre portait même un nom : film interactif.

En ce mois de mai 1994, l'évocation d'un film interactif suscitait une authentique curiosité. Deux ans plus tard, il allait susciter bâillements, lassitude et interrogations. Jeu et cinéma étaient-ils réellement faits pour s'entendre? L'insertion de ces coûteuses séquences vidéo apportait-elle un réel bonus aux aventures interactives ou contribuait-elle à créer des œuvres pompeuses, où l'on passait une part majeure de son temps à s'ennuyer?

Depuis les premières heures du jeu vidéo, le cinéma avait servi de source d'inspiration au jeu. *Qui a peur de Roger Rabbit ?, Total Recall, Dick Tracy, Top Gun, Platoon, Rambo, Robocop, Karaté Kid, Les Dents de la mer, Retour vers le futur, Indiana Jones* avaient fait partie de la première vague de titres disponibles sur la NES de Nintendo. Quelques années plus tôt, Atari avait produit une version de *Star Wars,* un jeu spectaculaire adapté du film de Lucas. Et au début des années quatre-vingt-dix, *Les Tortues Ninja* et *Aladdin* avaient représenté des succès majeurs sur console. Les adaptations de *Cliffhanger, Last Action Hero, Dracula, Démolition Man, Star Trek* et *Jurassic Park* étaient dans les cartons. De son côté, l'ordinateur était depuis belle lurette mis à contribution pour les effets spéciaux du cinéma, sur un chemin jalonné par *Tron, Abyss* et *Terminator II*

L'idée d'un genre hybride, à mi-chemin entre le jeu et le cinéma, avait donc fait son chemin, les CD-ROM invitant à toutes les expérimentations en matière d'image. La société Origin avait été l'une des premières à prendre le grand virage. Elle avait été fondée par Richard Garriott en 1983...

Dans la vie, Garriott porte des chemises de cow-boy et des jeans noirs. Pourtant, si l'on évoque son nom, la plupart des joueurs ont tendance à se le représenter sous la forme d'un souverain de l'époque des croisades. Si l'on se fiait à sa frange sur le front qui lui donne un air à la Louis XI et aux nombreuses photographies et gravures qui le représentent sous cette forme, il serait aisé d'en déduire que Garriott est ancré dans l'époque médiévale. Mais cet homme au charisme prononcé échappe aux définitions hâtives. Il s'intéresse aux sports extrêmes, de la plongée sous-marine, au parachute, en passant par le saut à l'élastique. Le garage de sa maison texane témoigne d'un pareil éclectisme avec la présence d'une vieille Ford T, d'une Diablo Lamborghini, d'une Mitsubishi 3000 GT4, d'un camion et d'une Harley Davidson. Et de son père astronaute, Garriott tient également un attrait pour l'astronomie et l'espace.

Au début des années soixante-dix, l'adolescent Garriott développe une sévère accoutumance pour les jeux de rôles et s'éprend de l'univers de légende que dépeint J.R.R. Tolkien dans le roman *Le Seigneur des Anneaux*. En 1974, à l'âge de 13 ans, il se met à programmer des variantes de *Donjons et Dragons* sur le lecteur de bandes perforées de l'ordinateur du lycée. Il écrira vingt-huit versions de ce programme.

Le père de Richard, Owen Garriott, effectue son premier voyage spatial pendant une soixantaine de jours à bord du vaisseau *Skylab* au cours de l'été 1979. Au même moment, Richard, qui a terminé le lycée, décroche un emploi dans une boutique d'informatique et découvre l'Apple 2. Très vite, il profite de ses soirées pour créer une énième mouture de son *Donjons et Dragons* sur cette machine. Le jeu, qu'il nomme *Akalabeth*, est une course au trésor comprenant plusieurs heures de duels à l'épée avec des monstres et nécessitant de discuter tout le long de l'aventure avec les paysans rencontrés sur son chemin.

À tout hasard, Garriott investit l'essentiel de son pécule, 200 dollars, en sacs plastique et photocopies de jaquettes, afin d'auto-éditer son jeu. La première semaine, il ne reçoit que sept commandes. Mais, un matin, survient un appel d'un éditeur californien, assorti d'un billet d'avion pour San Francisco. California Pacific propose au jeune auteur de diffuser *Akalabeth* et lui fait signer un contrat selon lequel il sera rétribué 5 dollars par unité. Le jeu se vend à 30 000 exemplaires. Garriott récolte ainsi 150 000 dollars, pour un jeu dont la programmation lui a tout juste demandé trois mois de travail le soir.

Le passionné de jeux de rôles, qui a démarré des études d'ingénieur en électricité à l'université du Texas, développe une suite d'*Akalabeth* qu'il intitule *Ultima*. Rebelote : cette nouvelle mouture lui rapporte 300 000 dollars. Le jeune prodige de l'informatique apparaît bientôt dans les colonnes de magazines tels que *People*, *Money* ou *National Enquirer*. *Ultima II* est mis en chantier dans la foulée. Mais ce qui devait arriver arrive : pendant que ses revenus augmentent, ses notes à l'université s'effondrent. Étudier ou programmer, il faut choisir. Garriott choisit la deuxième option.

Richard fonde l'édition Origin à Austin en 1983 dans le garage parental, avec la bénédiction d'Owen qui contribue à réunir les fonds nécessaires. La même année, le père de Richard passe dix jours dans l'espace à bord du *Spacelab 1* — il a été l'un des six premiers astronautes sélectionnés par la NASA pour des expériences en laboratoire spatial. Origin s'apparente à une affaire familiale, le frère de Richard, Robert, qui est titulaire d'un Master of Business Administration, prenant en main la gestion, et sa mère Hélène, gérant le département artistique. Seul le cinquième larron, l'auteur de logiciels, Charles Bueche, échappe à l'arbre généalogique des Garriott.

Origin est alors le seul atelier de développement de logiciels à mille kilomètres à la ronde. La devise choisie par Richard résume l'esprit dans lequel compte opérer le studio : « Nous créons des mondes ». Le premier titre produit en interne, *Ultima III*, va se vendre à près de 100 000 exemplaires. De manière générale, la saga des

Ultima devient une série culte dans l'histoire des jeux micro, frôlant le million d'unités vendues pendant les années quatre-vingt[1]. Au fil des versions, Richard Garriott s'éloigne de la programmation afin d'assumer les fonctions de directeur d'Origin. Il embauche en 1987 un as de la programmation, Chris Roberts.

Tout comme Garriott, Roberts est texan mais a passé sa prime jeunesse en Angleterre. Et comme le créateur d'*Ultima,* il a découvert la programmation à l'âge de 13 ans. Un an plus tard, il vendait déjà son premier jeu. Lorsqu'il a rejoint Origin à l'âge de 19 ans, Roberts comptait trois hits britanniques à son actif : *Match Day, Wiz Adore* et *Stryker's Run.* Dès son arrivée dans la société texane, il développe un énorme succès, *Times of Lore,* qui atteint la position numéro un de la liste des best-sellers. Classique, carré et réservé, Roberts brille par sa capacité à faire avancer un projet pas à pas jusqu'au produit final.

La décennie qui a vu s'effondrer le mur de Berlin tire à sa fin. Origin, qui a connu une croissance mesurée, emploie désormais une cinquantaine d'individus. La plupart d'entre eux sont des programmeurs travaillant jour et nuit — certaines pièces comportent des lits de fortune pour ceux qui aspirent à faire une sieste. Garriott et Roberts sont à la tête d'équipes de développement séparées qui ressemblent étrangement à leur chef de file. Les employés d'Origin se livrent un jour à une caricature de leurs supérieurs qui reflète de manière synthétique l'ambiance que chacun fait régner. Richard Garriott apparaît sur un podium à la manière d'un politicien avec pour indication : « Conception des jeux par la démocratie ». Chris Roberts est représenté en uniforme militaire avec la mention : « Conception des jeux par ordonnance». Une façon comme une autre d'indiquer qu'il ne tolère aucune ambiguïté sur son autorité.

Tout le monde n'a pas eu la chance d'avoir un père astronaute... Richard Garriott est de plus en plus attiré par l'espace et rêve d'une simulation qui aurait pour théâtre les étoiles. Un tel jeu nécessiterait la supervision minutieuse d'une large équipe avec ses programmeurs, dessinateurs, écrivains et musiciens spécifiques. Roberts apparaît indéniablement comme le *commandatore* d'une telle entreprise.

Dès l'abord du premier volet de *Wing Commander,* Roberts aborde le nouvel ouvrage à la manière d'un film, et produit un cahier des charges volumineux. Même si à cette époque il n'est aucunement question de tournage en réel, le scénario qu'il entrevoit révèle une complexité peu commune, avec une histoire truffée de rebondissements et des notes de mise en scène détaillées. *Wing Commander* est conçu dans la perspective d'une saga épique, à l'instar de *Star Wars* ou *Star Trek.* Roberts entend capitaliser sur les nouvelles techniques informatiques afin d'exploiter au maximum les capacités de l'ordinateur qui accueillera ce jeu, le PC d'IBM.

L'action de *Wing Commander* se situe au XXVII^e^ siècle. Une guerre sans merci a éclaté entre les humains et les Kilrathis. Félins à la tête léonine, les Kilrathis sont belliqueux et sanguinaires, leur culture n'étant pas sans rappeler celle du Japon médiéval. Décidés à envahir les systèmes planétaires des Confédérés, nom attribué aux Terriens, ils mettent en péril toute la race humaine.

Le joueur incarne Christopher Blaif, un pilote aux prises avec les guerriers de l'Empire kilrathi. Romantique, il a du mal à assumer son histoire d'amour avec la très indépendante Angel. Au début de *Wing Commander I,* il vient de sortir de l'académie et prend la direction du *Tiger Claxv,* vaisseau à bord duquel il va se forger une réputation intergalactique.

Wing Commander est présenté au salon CES de l'été 1990, à une époque où la vague Nintendo est à son zénith. Par la force des choses, la plupart des visiteurs consacrent l'essentiel de leur temps à regarder des jeux pour consoles, au risque de frôler l'overdose. Mais le bruit commence à se répandre qu'il se passe quelque chose d'exceptionnel sur le stand d'Origin. Ceux qui en reviennent sont unanimement abasourdis. Les journa-

1. Voir le chapitre 16 traitant *d'Ultima On Une.*

listes qui désirent en avoir le cœur net s'en vont alors découvrir la simulation de combat spatial réalisée par Roberts. Ils rencontrent un drôle de vantard qui ne cache aucunement son intention de devenir le Cecil B. De Mille du loisir interactif. Par bonheur, l'orgueil dont fait preuve Roberts est corroboré par ce qu'il présente avec une autosatisfaction non feinte. Sur les écrans, les spécialistes voient apparaître des images faisant appel à des prouesses techniques qui laissent la plupart d'entre eux sans voix. Le jeu auquel ils assistent approche bel et bien le niveau de l'Art. *Wing Commander I* est sensationnel, vibrant. Plusieurs magazines spécialisés estiment que ce jeu consacre le PC comme un ordinateur de jeu, alors que cette machine était jusque-là associée au monde de l'entreprise.

Produit dans la foulée, *Wing Commander II* sort un an plus tard. Une fois de plus, les joueurs sont fascinés par un scénario qui offre l'opportunité de participer à des missions intergalactiques entrecoupées de scènes en dessin animé. En proposant une intrigue évolutive, *Wing Commander* donne ses lettres de noblesse à un genre — les simulateurs de combats spatiaux — qui jusqu'alors ne semblait pas promis à un grand avenir.

Deux ans après la sortie du premier épisode, *Wing Commander* apparaît comme une institution. Au total, Origin a vendu plus de 1,5 million d'exemplaires de titres issus de la série. Pourtant, la société fondée par Richard Garriott est proche de la faillite à la suite d'un certain nombre d'erreurs stratégiques. « Du fait que je suis un grand fan d'Apple, nous avons concentré nos efforts de développement sur cette plate-forme alors que le PC devenait la machine de choix. Cela a bien failli nous achever », expliquera Garriott. Pour ne pas sombrer corps et biens, Origin entre dans le giron du géant californien Electronic Arts, le 25 septembre 1992, suite à une transaction de 30 millions de dollars.

Numéro un du jeu informatique et huitième éditeur mondial toutes catégories confondues, Electronic Arts a été fondé en 1982 par Trip Hawkins, un ancien directeur du marketing d'Apple. Bel homme aux yeux verts, mince et élégant, Hawkins fait preuve en toutes circonstances d'une apparente maîtrise des événements. Toujours de bonne humeur, et capable de se mettre à la portée d'autrui, il semble né pour les relations humaines. Pendant près de dix ans, Hawkins a fait preuve d'une intense sagacité, réorientant régulièrement la stratégie de développement d'Electronic Arts de manière à servir les plates-formes les plus en vogue. En octobre 1983, il avait parié sur le Commodore 64. Trois ans plus tard, il s'était rallié à l'Amiga. Suite au décollage des consoles, Hawkins, hostile aux conditions draconiennes imposées par Nintendo, a pris le risque de rejoindre le clan Sega, investissant 2,5 millions de dollars sur la production d'une dizaine de titres pour la Megadrive dès 1989. L'investissement n'a été rentable qu'en 1992, mais cette année-là Electronic Arts a publié deux méga-hits, *John Madden Football* et *NHL Hockey* pour Megadrive, et globalement vendu 35 % des jeux pour cette console.

Le défaut essentiel de Trip Hawkins réside dans une obstination absolue, une certitude d'être dans le vrai qui rend parfois la discussion illusoire. Sous sa direction, Electronic Arts a publié un clone *d'Ultima, Death Horde,* présentant une similarité troublante avec l'original. Garriott et Hawkins ont eu d'ardentes altercations, le premier affirmant qu'Electronic Arts n'avait aucunement le droit de publier *Death Horde* et le second répliquant que Garriott n'avait pas à lui apprendre son métier. Hawkins a fini par céder et consenti à modifier les aspects de *Death Horde* qui plagiaient trop ouvertement *Ultima.* Mais la plaie est demeurée ouverte.

Si Garriott a pu accepter le rapprochement avec la première édition de jeux des États-Unis, c'est parce que Trip Hawkins a finalement tiré sa révérence. Persuadé que l'avenir est aux consoles de jeu haut de gamme, le fondateur d'Electronic Arts a fondé 3DO, une entreprise vouée à construire une machine de capacité supérieure à la SNES et à la Megadrive. L'homme au large sourire a été remplacé par un financier hautain, Larry Probst.

Peu importe que Probst soit imperméable à l'aspect créatif du domaine des jeux. Pour Garriott, cette fusion

vient à point nommé. Les équipes d'Origin vont désormais disposer d'une assise financière considérable. Le nouveau président d'Electronic Arts ne va d'ailleurs pas tarder à recevoir sur son bureau une proposition de développement dont le coût est terrifiant par rapport aux normes de l'époque : 2 à 3 millions de dollars.

L'utilisation de véritables acteurs apparaît à Roberts comme l'étape logique dans l'évolution de la série *Wing Commander*. La puissance des PC est désormais suffisante pour qu'il soit possible de simuler de la vidéo à l'écran. Suite à la baisse des prix qu'a connue le marché, les ordinateurs multimédias entrent dans les foyers. Ils sont plus de 2 millions en 1992 et diverses études de marché prédisent que le parc va se multiplier par huit au cours des trois années à venir. Il reste à faire approuver le budget de *Wing Commander III* par Electronic Arts. La version II avait coûté un million de dollars, une somme faramineuse à l'aune de 1991. Tripler la mise est une éventualité angoissante pour le nouveau détenteur des cordons de la bourse.

— Je désire que *Wing Commander III* transmette une expérience analogue à celle que vous ressentez lors d'un long métrage ou d'une série télévisée. Un tournage en réel avec des acteurs est la seule façon d'y arriver, plaide Chris Roberts.

— Les consommateurs voudront que la qualité des CD-ROM soit équivalente à celle de la télévision et du cinéma, faute de quoi, ils ne seront pas prêts à débourser leurs deniers, surenchérit Garriott.

— Je ne sais pas où nous mettons les pieds, tranche Probst. Mais j'espère que cela va rapporter plus que cela ne coûte !

La maîtrise d'œuvre de *Wing Commander III* est confiée à Donna Burkons, une scénariste et productrice qui a fait ses armes chez United Artists, 20th Century Fox et Disney. En se fondant sur le travail préliminaire de Roberts, Burkons réalise un premier script, puis engage Frank de Palma et Terry Borst, deux membres de la Guild of Writers[1] pour qu'ils le retravaillent en profondeur. Pendant deux jours, de Palma et Borst étudient le travail préparatoire et les croquis effectués et harcèlent Chris Roberts de questions. Les deux scénaristes découvrent que dans un jeu l'intrigue doit comporter plusieurs variations et dérivations suivies de points de recoupement. Suite à un combat meurtrier, il faut prévoir une scène morose en cas de mort d'un pilote et une autre montrant son retour triomphal s'il s'en est sorti indemne.

Borst et de Palma remanient l'histoire globale en appliquant des règles propres à l'univers du grand écran. Leur travail se concrétise deux mois plus tard sous la forme d'un document de trois cents pages, là où les scénarios qu'ils rédigent habituellement se limitent à cent vingt pages. Il ressort du script de *Wing Commander III* un curieux cocktail d'action, de romance, de suspense et de drame.

L'action se déroule en 2654, à une époque où Blair est devenu colonel. Lors de la première scène, il contemple l'épave fumante d'un super-bâtiment de la flotte terrienne anéanti par les félins, qui ont pris le dessus dans la longue guerre intergalactique. L'amiral Tolwyn impute à Blair la responsabilité de cet échec et l'affecte sur le plus vieux vaisseau de la flotte, le *Victory,* plus connu sous le nom de « poubelle de l'espace ». Dans la navette qui le mène vers le vaisseau, Blair apprend que les autorités militaires lui mentent et que la Terre est sur le point d'être évacuée. Comme un traître se cache vraisemblablement dans l'équipage, chaque membre deviendra un suspect potentiel.

Là n'est pas tout. Au cours d'une mission de sabotage lancée contre les Kilrathis, un commando terrien a été capturé. Seule la ravissante Angel, fiancée de Blair, a été maintenue en vie. Elle n'a dû son salut qu'au fait qu'elle était la compagne du « Cœur de tigre », surnom dont les Kilrathis ont affublé Blair en reconnaissance de sa bra-

1. Guild of Writers : association professionnelle des scénaristes aux États-Unis.

voure. À bord du *Victory,* tandis qu'il tremble pour Angel, Blair subira les assauts du cœur de deux allumeuses, la blonde mécano Rachel et Flint, une ravissante pilote au passé mystérieux. Il ne demeurera pas insensible à la sensualité de ces compagnes de vol. Mais l'une des scènes finales donnera dans le tragique, les Kilrathis se résolvant à éliminer la fiancée de Blair.

Burkons et Roberts partent pour Los Angeles afin de dénicher les acteurs professionnels qui prêteront vie aux personnages filmés. Leur budget ne permettant aucunement d'embaucher des stars du calibre de Tom Cruise, Harrison Ford ou Jack Nicholson, ils se contentent de placer des annonces dans des magazines professionnels du cinéma. Contre toute attente, ils reçoivent un nombre impressionnant de réponses, sous forme de photos, bandes vidéo et curriculum vitae, avec dans le lot quelques acteurs de renom. Burkons et Roberts voient défiler acteur sur acteur, qu'ils enregistrent, visualisent et soumettent au test de lecture. Lors de la visualisation des auditions enregistrées sur vidéo, Roberts trahit son immaturité en matière de cinéma en se laissant aller à des fous rires incontrôlables.

Parmi les candidats qui postulent pour *Wing Commander III,* figure Mark Hamill. Il apparaît idéal pour incarner Blair à plusieurs titres. En premier lieu, son nom demeure associé à celui de *Star Wars,* un film qui a fait date dans la science-fiction de par le caractère spectaculaire de la réalisation et des effets spéciaux. De plus, il correspond parfaitement au type d'individu recherché pour incarner Blair. Dans la mesure où le joueur est censé s'identifier avec ce personnage, il paraît important de ne pas choisir un acteur disposant d'une aura trop forte, qui empêcherait la projection de soi-même dans un autre. « Un acteur tel que Clint Eastwood conserve toujours un peu une personnalité à la Eastwood et c'est ce qui assure sa popularité spécifique, explique Roberts. Or, Blair s'apparente davantage à un individu sans prétention qui se retrouve confronté à des situations extraordinaires, comme Harrison Ford dans les films de Tom Clancy, ou encore Kevin Costner. Il se trouve que

Mark Hamill est exactement ce genre d'acteur. Cela se voyait déjà dans *La Guerre des étoiles* où il interprétait un simple fils de fermier qui par la force des choses devait combattre l'Empire. Mark a un côté homme de la rue qui rend aisé pour un joueur d'entrer dans sa personnalité. »

Désespéré de ne pouvoir tourner à nouveau, Mark Hamill se montre étonnamment conciliant avec la production. Il accepte notamment de n'être rémunéré que sous la forme d'un pourcentage sur les ventes du jeu.

Un autre acteur s'impose de manière immédiate, Tom Wilson, qui a joué Biff pendant les trois volets de *Retour vers le futur.* Il apparaît instantanément comme le comédien idéal pour interpréter Maniac, un pilote casse-cou et imprévisible, dont Blair aura le plus grand mal à contrôler les frasques. Après cinq secondes de visualisation, tous les gens présents dans le studio s'écrient comme un seul homme : « C'est lui ! C'est Maniac ! »

Malcom McDowell a connu une carrière relativement stable, à la différence de Mark Hamill. Suite à l'aura que lui ont procurée les rôles d'adolescent rebelle dans *If* puis *Orange mécanique,* l'acteur s'est retrouvé aux premières positions dans *C'était demain, La Féline,* sans oublier le sulfureux *Caligula.* Il a ensuite tenu des rôles secondaires dans des films tels que *The Player* de Robert Altman. Mais son visage est demeuré familier des spectateurs et le cachet qu'il demande est tolérable. Cet acteur familier des rôles troubles est choisi pour interpréter le sombre amiral Tolwyn qui n'est stimulé que par la seule ambition personnelle.

Autre quinquagénaire sélectionné, John Rhys-Davies est un acteur de théâtre longtemps spécialisé dans les productions shakespeariennes. Rhys-Davies a tenu des seconds rôles dans maintes productions à succès : *Les Aventuriers de l'Arche perdue, Indiana Jones et la dernière croisade, Tuer n'est pas jouer, Victor, Victoria* sans oublier la nouvelle mouture télévisée des *Incorruptibles.*

Au total, la distribution compte près de vingt-cinq

acteurs. Parmi eux, figure une ancienne actrice de films hard, Ginger Lynn Allen, qui est choisie pour interpréter Rachel, la technicienne aux allures de garçon manqué. Une cascadeuse accomplie, Jennifer MacDonald, incarne la ravissante et aguichante pilote Flint qui a le béguin pour Blair.

« Nous nous sommes rendu compte qu'Hollywood considère bel et bien le jeu interactif comme un nouveau médium de loisir et qu'un grand nombre d'acteurs tiennent absolument à y participer », juge Roberts. Tom Wilson voit les choses sous un jour plus sarcastique : « Les acteurs sentent venir l'argent de très loin. »

Donna Burkons réunit une équipe de tournage et déniche le studio, Haven Hearst, à Los Angeles. Le tournage débute en mai 1994. Les interprètes découvrent une nouvelle façon déjouer, qui oblige à faire appel à l'imagination, puisqu'ils sont filmés sur un fond bleu-vert, les décors «peints» à l'ordinateur étant mélangés aux prises de vues. Ils sont également confrontés à une situation inédite, dans la mesure où pour chaque scène ils doivent se souvenir de l'évolution précise du scénario, retrouver l'état d'esprit où se trouvait le personnage au sortir de la scène précédente, selon qu'il a par exemple réussi ou échoué dans une mission. Cinq ou six prises sont généralement nécessaires avant d'obtenir une scène qui « fonctionne ». Mais en dépit de son inexpérience, Chris Roberts fait preuve d'une maîtrise qui étonne les acteurs. « J'ai été surpris d'apprendre qu'il s'agissait de son premier tournage, avoue Hamill. S'il ne nous l'avait pas dit, je ne l'aurais jamais deviné. » Sur le plateau, le rôle qui consiste à endosser le costume des Kilrathis est le plus ardu, la respiration étant presque impossible une fois la gueule fermée. Entre deux prises, afin d'atténuer la chaleur de 35 degrés qui règne à l'intérieur, des assistantes viennent régulièrement insuffler de l'air froid à l'intérieur du costume. Pour l'animation des têtes de Kilrathis, la production s'appuie sur un procédé baptisé l'*Animatronix*, déjà utilisé pour l'animation des maquettes des *Tortues Ninjas* et grâce auquel les mouvements faciaux peuvent être contrôlés à distance.

De tous les acteurs, Tom Wilson est celui qui introduit le plus d'éléments personnels dans son rôle. « C'est l'un des acteurs les plus spontanés et les plus drôles à qui j'ai jamais donné la réplique. Il m'a parfois été difficile de garder mon sérieux », reconnaît Mark Hamill. « Il a rarement joué la même scène de la même manière, dit Roberts. Chaque fois que nous démarrions la caméra, il s'amusait à essayer quelque chose d'inédit, ce qui avait souvent pour effet de faire exploser de rire les autres acteurs. Si nous réutilisions toutes les séquences coupées au montage et dans lesquelles il s'est mis à improviser malgré lui, nous pourrions republier *Wing Commander* sous la forme d'une comédie. »

Le tournage dure vingt-cinq jours, une durée comparable à celle nécessaire pour un téléfilm, et se termine au début du mois de juin 1994. À partir de la centaine d'heures de prises converties en format numérique, Roberts produit plus de trois heures de vidéo. Les acteurs sont incrustés dans le décor réalisé sur ordinateur Silicon Graphics à l'aide du logiciel Alias. La production découvre au passage qu'il faut légèrement retraiter les images filmées — leur perspective est habituellement déformée par la lentille de l'objectif, alors que l'image issue d'Alias ne présente aucune courbure.

Wing Commander III tient sur quatre CD et comprend trois heures de séquences cinématographiques. L'introduction à elle seule dure une dizaine de minutes. L'interaction existe dans certaines séquences cinématiques, Blair devant parfois choisir entre deux attitudes qui auront une incidence sur la suite de l'histoire. Durant certains dialogues, l'action s'arrête parfois de manière brusque et le joueur se voit alors proposer plusieurs options. Ainsi, pendant le briefing original, Blair doit sélectionner son coéquipier. Qui choisir? Hobbes, un Kilrathi qui a rejoint les Terriens ? La jolie pilote Flint ? Maniac, le cinglé du manche?

Lors de la présentation du jeu au salon ECTS à Londres, Bing Gordon, cofondateur d'Electronic Arts, commet une gaffe de taille. Au cours du dîner auquel est convié Mark Hamill, il lance sur le ton de la plaisante-

rie : « Tiens, vous vous êtes fait tailler les oreilles ? » Un silence gêné s'ensuit, personne ne parvenant à saisir où se situe la saillie. Gordon s'en explique alors, expliquant qu'il fait référence à Spok. Seul problème, l'acteur qui interprète ce héros de la série *Star Trek* est un autre, le fameux Léonard Nimoy ! Vexé, Mark Hamill change de table.

La production de *Wing Commander III* a finalement coûté plus que prévu — 3,5 millions de dollars, une somme près de trois fois plus élevée que la moyenne des jeux. Electronic Arts ayant créé un précédent, il devient courant pour les éditeurs d'annoncer le coût de développement comme un argument de vente. Pourtant, si *Wing Commander III* connaît des ventes honorables — 500 000 exemplaires —, il n'arrive qu'en onzième position des ventes de l'année 1995, très loin derrière *Myst* ou *Doom* dont le budget était infime en comparaison. L'autre film interactif qui fait alors grand bruit, *Under a Killing Moon,* vient plus loin encore dans le classement.

Chris Roberts a d'autres préoccupations. *Wing III* n'est pas plus tôt terminé qu'il confie son ambition aux pontes d'Electronic Arts : « Nous pourrions véritablement relayer l'ambiance d'un long métrage si nous tournions un vrai film dans de véritables décors, et non pas simplement de la vidéo sur fond bleu-vert. Nous pourrions ainsi atteindre un niveau supérieur de profondeur visuelle, un déplacement de la caméra plus naturel, une meilleure saturation des couleurs, une lumière plus vive... » En découvrant le budget de *Wing Commander IV,* Richard Garriott lève les yeux au ciel. Le glacial Larry Probst donne, de manière inconsciente, dans le comique de répétition :

— J'espère que cela va rapporter plus que cela ne coûte.

La frénésie reprend alors. Trente-huit décors, ainsi que la réplique d'un vaisseau futuriste sont construits dans les studios de Ren-Mar en plein Hollywood. Une soixantaine d'acteurs et plusieurs dizaines de figurants arpentent les lieux. Désormais, la caméra se met à tourner autour des acteurs et les effets spéciaux sont en bonne partie réalisés sur le plateau même par un spécialiste et son équipe.

Publié en février 1996, le jeu comporte quatre heures de vidéo interactive, avec une introduction cinématographique de onze minutes. Le budget — 12 millions de dollars, dont un million pour la promotion — est désormais supérieur à la plupart des films français.

Chris Roberts, pour sa part, est passé de l'autre côté. Quelques mois après la sortie de *Wing Commander IV,* il annonce qu'il quitte Origin pour monter sa propre société, Anvil, avec l'intention de diriger un vrai film.

Larry Probst est-il rentré dans ses frais ? Il est difficile de le déterminer. Il demeure que globalement les versions III et IV de *Wing Commander* ne se sont pas vendues plus que les I et IL dont le budget était bien moindre. À tout prendre, Prosbt passera l'opération dans les dépenses de fonctionnement, car elle aura au moins servi l'image d'Electronic Arts. Mais entre-temps, le genre « film interactif » a perdu ses lettres de gloire et son évocation suscite autant d'enthousiasme qu'une éruption d'acné. Il semblerait qu'aucun des genres, cinéma ou jeu, ne gagne réellement à cette mixture. Lorsque le joueur voit l'action s'interrompre afin qu'il puisse décider de la suite d'un film, une part de ce qui fait l'intérêt des thrillers — la continuité — retombe. Et ceux qui aiment l'allégresse que procure une bonne jouabilité s'impatientent souvent lorsque les séquences filmées s'éternisent.

Mais peut-être est-il trop tôt pour statuer de l'avenir d'un art encore en développement. L'œuvre qui serait au jeu vidéo ce que *Autant en emporte le vent* fut au septième art est peut-être en gestation dans les laboratoires d'un sorcier de l'image et de l'interactivité. *Never say never*[1] !

1. *Never say never* : ne jamais dire jamais !

CHAPITRE 14

PLAYSTATION 3D MANIA

Que résonne le gong ! Olaf Olaffson, le Viking venu d'Islande, a réuni les annonciateurs, hérauts, scribes et messagers officiels pour une déclaration tonitruante. Oyez, bonnes gens ! En ce mois de juin de l'année mille neuf cent quatre-vingt-onzième de notre ère, la glorieuse Sony scelle un pacte de fraternisation avec le seigneur de la guerre, maître Nintendo. L'alliance des deux aigles vise à l'accomplissement d'une invasion en règle de toutes les demeures de l'Orient comme de l'Occident. L'Excalibur qui va favoriser l'intrusion des forces coalisées est la combinaison de deux armes redoutables : la Super NES et la Sony PlayStation, lecteur de CD-ROM de la console précitée. L'ère du multimédia est consacrée par la naissance de ce standard incontournable. Que les porteurs de flammes consacrent la fusion en embrasant les pièces d'artifice!

Les relations entre Sony et Nintendo ont pris forme en 1988, d'une manière feutrée, sans aucunement défrayer la chronique. Pourtant, si l'on démonte le capot d'une Super NES, on peut apercevoir, au cœur d'une carte hérissée de micropointes, une puce portant le label Sony. Ce petit composant anodin gère l'audio de la console.

Au cours de la conférence de presse organisée au Consumer Electronic Show (CES) de Chicago, Olaffson, président de Sony Electronic Publishing, se pose en conquérant et laisse clairement entendre que Sony est la « seule compagnie à détenir les droits du CD-ROM de la PlayStation ». Du haut de ses deux mètres, le blond Wisigoth explique que Sony vendra la licence des CD-ROM pour la PlayStation à « toute l'industrie du logiciel », et veillera à exploiter les catalogues discographiques de Sony Music et le fonds cinématographique de Columbia Pictures pour développer une gamme de logiciels à nulle autre pareille.

De l'autre côté du Pacifique, à Kyoto, les déclarations d'Olaffson sont perçues comme une ultime offense et renforcent la détermination de Hiroshi Yamauchi de briser les liens. Depuis plusieurs semaines, le fondateur de Nintendo se hérisse à la moindre évocation de ce rapprochement, conclu un peu trop hâtivement à son goût.

Plus les événements évoluent et plus il apparaît à Yamauchi que Sony se sert du CD-ROM comme d'un cheval de Troie pour prendre pied sur le marché du jeu. Nintendo n'est qu'une simple pièce d'un échiquier que semble manipuler Norio Ohga, président-directeur général de la multinationale de l'audiovisuel. D'ores et déjà, Sony touche un infime pourcentage sur chaque cartouche vendue pour la Super NES, en raison de la puce sonore donnée en licence à Nintendo. Voir cet encombrant partenaire prélever une quote-part sur chacun des titres publiés sur CD-ROM dresse une menace latente sur la forteresse de Kyoto. En laissant entrer le loup dans la bergerie, Nintendo risque clairement de perdre le contrôle de son marché captif.

Quelques jours avant le CES, la discussion entre Yamauchi et Olaffson a tourné à la foire d'empoigne. La prise de bec portait sur les royalties émanant des jeux qui seraient publiés sur les CD-ROM de la PlayStation. Sony réclame une honorable part de ce plantureux gâteau. Yamauchi ne l'entend pas de cette oreille, et ne prend pas de gants pour faire entendre la logique Nintendo à son homologue : le numéro un de la console a jusqu'alors joui d'un monopole incontesté sur la production de ses cartouches. L'idée de dépendre d'un partenaire pour le support de jeux futurs déplaît d'autant plus

à Yamauchi qu'Olaffson est un individu d'une redoutable perspicacité doublé d'une force de travail exemplaire. Ingénieur en physique, le natif d'Islande a publié trois romans qu'il a trouvé le temps d'écrire en se levant très tôt le matin, tout en assumant ses fonctions de président. Olaffson a notamment prouvé ses talents lors des négociations antérieures menées avec Minoru Arakawa, président de Nintendo of America, au cours desquelles ce dernier n'a cessé de perdre du terrain. De jour en jour, les conversations téléphoniques entre Yamauchi et Olaffson se sont envenimées jusqu'à prendre des accents haineux.

Au début du printemps, Arakawa et son *alter ego* Howard Lincoln ont démarré de manière discrète, sur ordre de Yamauchi, des discussions avec Philips. Ce constructeur travaille sur le CD-i, un appareil multimédia équipé d'un lecteur de CD interactifs. Les deux dirigeants de Nintendo of America ont fait le voyage jusqu'à Eindhoven en Hollande afin d'étudier la possibilité d'un rapprochement. Le géant néerlandais s'est montré beaucoup moins vorace que Sony à la perspective d'une telle éventualité. Philips accepterait notamment d'abandonner à la compagnie de Kyoto tous les droits relatif aux jeux Super NES qui sortiraient sur ses CD-i. En contrepartie, le constructeur hollandais obtiendrait le droit d'adapter *Super Mario, Zelda* et autres fleurons de la gamme Nintendo sur son CD-i, ce qui l'aiderait à promouvoir son appareil multimédia familial.

Résolu à se libérer du guêpier dans lequel il estime s'être fourré en flirtant avec Sony, Yamauchi a donné instruction à son gendre Minoru Arakawa de concrétiser l'accord avec Philips. Extrême affront, la nouvelle alliance sera annoncée au CES le lendemain de la conférence de Sony !

Dès que le bruit de ce mariage de circonstance est parvenu aux oreilles des cadres japonais de Sony, la consternation a été générale. Le président-directeur général du conglomérat, Norio Ohga, a pris lui-même le téléphone et appelé Yamauchi afin de brandir la menace

de poursuites judiciaires. Mais ses protestations sont demeurées vaines. Les hommes de Sony ont alors tenté de mettre la pression sur Philips et le téléphone n'a cessé de pétarader au siège d'Eindhoven. Jusqu'à l'ultime minute, Ohga et Olaffson ont espéré que Nintendo reculerait au dernier moment. Mais l'altière cérémonie organisée par Sony au CES, loin d'amener le vieux dragon à fléchir, a renforcé sa détermination.

Le lendemain de la prestation d'Olaffson, Nintendo tient comme prévu une conférence de presse à 9 heures du matin au cours de laquelle Howard Lincoln annonce, à la stupéfaction générale, l'alliance avec Philips. Avec sa coutumière hardiesse et son sourire pincé, le coprésident de Nintendo of America déclare que le lecteur de CD-ROM de la Super NES sera produit par la société hollandaise. Nintendo n'aurait rien à craindre sur le plan juridique, puisque, selon le captieux Lincoln, le contrat établi avec Sony n'a aucunement été rompu et demeure valide. Peu après l'événement, Olaf Olaffson se départ de son *self-control* et qualifie la manœuvre de « coup de poignard dans le dos ! »

Humilié, Norio Ohga n'envisage pas une seule seconde de laisser les choses en l'état et mijote une revanche à grande échelle. Pour ce personnage intense, sensible au moindre détail, toute attaque envers Sony est une agression personnelle. Depuis près de cinquante ans, pas un produit ne sort de la compagnie sans avoir reçu en dernier ressort l'approbation de ce fantasque dirigeant. Lorsqu'il désavoue l'un des appareils qui lui est présenté, Ohga a pour coutume de le jeter violemment à travers la pièce, comme pour mieux évacuer son dégoût.

Norio Ohga est entré dans la compagnie au milieu des années quarante. C'est en tant que chanteur d'opéra qu'il avait acheté l'un des premiers magnétophones Sony. Il s'était alors fendu d'une lettre au président Akio Morita indiquant que la qualité de l'enregistreur n'était pas suffisamment bonne pour restituer fidèlement sa voix chantée. Morita avait été intrigué par l'arrogance de ce client aux manières précieuses et l'avait mis en contact avec ses ingénieurs afin que ceux-ci conçoivent un meilleur

produit. Tous avaient été impressionnés par le niveau d'exigence du jeune artiste qui, loin de se limiter aux aspects techniques, désirait que le moindre bouton soit doté d'une ergonomie parfaite et soit placé à l'endroit idéal. Ohga s'était vu proposer un poste de responsable qualité qu'il avait longtemps tenu parallèlement à sa carrière de chanteur lyrique.

En 1991, Ohga est le numéro deux de Sony, le patriarche Akio Morita demeurant encore et toujours à la position suprême de l'entreprise. Un ingénieur dévoué corps et âme, Ken Kutaragi, est chargé de réfléchir à un projet ultra-secret : la conception d'une console de jeux qui porterait le label Sony.

Voilà plusieurs années que l'envie d'entrer sur ce marché titille Ohga et Morita. La légende veut que lorsque les deux hommes ont vu la Game Boy de Nintendo, ils se soient dit : « C'est un produit que nous aurions dû créer ! » Certains ingénieurs maison auraient même été tancés et rétrogrades pour ne pas y avoir pensé. L'affront subi lors du CES agit à la façon d'un éperon. « Sony peut construire une machine de jeux supérieure à toutes les autres », tonne Ohga.

Pour Kutagari, un quadragénaire qui compte vingt ans de maison, le challenge est bienvenu. Le domaine du jeu vidéo laisse de marbre ce petit homme nerveux et intransigeant. Mais Kutaragi affectionne l'élaboration de machines quelles qu'elles soient — il a participé à la création du walkman et au développement d'une puce permettant l'affichage de graphiques 3D sur un téléviseur. Cet ingénieur qui consacre ses rares moments de détente au ski a l'esprit vif et précis. Mais il est également réputé pour l'âpreté d'un caractère qui tolère peu les opinions divergentes.

À la suite du clash avec Nintendo, Sony est approché par l'Américain Trip Hawkins, ancien fondateur d'Electronic Arts. Hawkins est persuadé que les adolescents, population versatile s'il en est, seront prêts à abandonner Nintendo comme Sega du jour au lendemain, au profit d'une nouvelle console beaucoup plus performante. Il a donc créé une technologie, la 3DO, qu'il vend sous licence à des constructeurs tels que Matsushita. La visite qu'effectue Kutaragi dans les locaux de 3DO à San Mateo en Californie laisse l'ingénieur de marbre. « Je n'ai rien vu d'extraordinairement nouveau chez 3DO, rapporte Kutaragi à Norio Ohga. Nous avons les moyens de construire une machine bien plus impressionnante en termes de graphisme. »

Le groupe de recherche et développement dont Kutaragi prend la direction compte huit employés dont la loyauté est indubitable. Ils ont pour charge de concevoir un prototype qui pourra éventuellement être converti en produit. Ohga ne désespère pas de ramener Nintendo à la raison et de rattraper l'accord concernant la PlayStation. Faute de quoi, Sony entrera dans l'arène comme compétiteur, avec une férocité sans pareille sur le plan technique comme sur le plan marketing.

L'accord entre Nintendo et Philips demeurera lettre morte. La Super NES ne sera jamais dotée d'un lecteur de CD-ROM. Aux yeux de Yamauchi, un tel support apparaît trop dangereux à terme. Nintendo contrôle chaque aspect du processus de fabrication de ses cartouches et réalise un profit sur toutes celles qu'il livre à ses commanditaires, que ceux-ci les écoulent ou non. Plusieurs éditeurs ont d'ailleurs essuyé des pertes colossales après avoir commandé et payé rubis sur l'ongle à Nintendo des dizaines de milliers de cartouches qu'ils n'ont pas réussi à écouler par la suite. Juge et arbitre, le géant de Kyoto peut même vendre ses propres cartouches de jeux à un prix inférieur, afin d'imposer un titre maison.

De nombreux éditeurs de jeux, lassés des excès d'une telle pratique, attendent l'avènement du CD-ROM comme une libération potentielle. Si ce support multimédia décolle, leurs coûts de fabrication seront singulièrement réduits, d'autant que ce support est présent sur plusieurs machines : les PC, les Macintosh, sans oublier la nouvelle console 3DO de Trip Hawkins et la Jaguar que lance Atari, dans une tentative d'ultime retour. Mais en attendant que le CD-ROM se fasse une place au soleil, les cartouches de jeux de la Super NES atteignent

des records de vente et Yamauchi est déterminé à ne rien faire pour favoriser l'essor d'un support alternatif pour les jeux vidéo.

À Haneda, Hayao Nakayama, président de Sega, a fait construire d'immenses locaux en face de l'ancien siège et n'a pas ménagé la dépense. Dans cet immeuble somptueux organisé à la manière d'une tour d'ivoire, Nakayama dispose de son ascenseur privé dans lequel aucun autre employé n'oserait jamais monter, à l'exception de ses gardes du corps. Alors que dans le privé il place une part importante de sa fortune dans une fondation qui aide les enfants défavorisés, Nakayama demeure un général impassible au sein de son fief.

Mais les nuages s'amoncellent sur le challenger de Nintendo. Si la Megadrive a connu ses heures les plus glorieuses au cours de l'année 1992, dès le début de la nouvelle année, la situation apparaît sous un autre éclairage. En dépit de sa progression fulgurante en termes de parts de marché, Sega n'a réalisé qu'un maigre bénéfice. Depuis l'Angleterre, le vénérable Frank Herman qui supervise les activités européennes a tenté d'alerter Hayao Nakayama qu'il était temps de freiner les dépenses et s'est invariablement heurté à un masque de béton.

— La période glorieuse est en train de s'achever, a prévenu Herman. Si en 1993 nous parvenons à vendre autant de consoles qu'au cours de l'année précédente, nous pourrons être fiers de nous.

— Il n'en est pas question, a répondu Nakayama. J'exige que vous réalisiez une progression de 50 % sur l'Europe.

— Vous n'avez aucune idée de notre marché! Ce sont les gamins qui font la loi et ils ont pour habitude d'être lunatiques.

— Monsieur Herman, nous vous avons donné une cible. À vous de faire en sorte de l'atteindre. Je n'ai rien à ajouter.

En janvier 1993, Patrick Lavanant quitte Nintendo France pour prendre la direction de la filiale française de Sega et découvre à son tour que la furie de 1992 masque

une dure réalité : les distributeurs commencent à retourner les Megadrive invendues chez l'importateur. Dans la frénésie des ventes, chacun a cru bon de commander des volumes excessifs et le manque à gagner sur les prévisions prend une ampleur considérable.

Le couperet tombe à la fin de mars lorsque l'empire Sega fait connaître ses résultats financiers. Sur le Vieux Continent, les pertes s'élèvent à près de 500 millions de francs. La dérive européenne a pour conséquence une chute des bénéfices spectaculaires au niveau mondial, de 40 %. Si la société qui produit *Sonic* affiche encore et toujours des résultats positifs, la tendance est au reflux.

Derrière une façade impérieuse et en dépit de ses rodomontades, Nakayama, tout comme d'ailleurs Yamauchi, sait parfaitement que le marché des consoles 16 bits a atteint son zénith. À l'heure où les PC font peser leur menace avec des jeux d'une qualité graphique époustouflante, tels que *Seventh Guest*, il n'est que temps de passer à une nouvelle génération de consoles. De manière ouverte, ou dans le plus grand secret, les constructeurs affûtent leurs armes en vue de renouveler leur offre.

En compensation de ses piètres résultats, Sega compte sur l'effet d'annonce de deux nouvelles machines pour redonner des couleurs aux investisseurs. Le mot d'ordre est désormais : 32 bits. Pour succéder à la Megadrive, la société sise à Haneda entend proposer une console haut de gamme, la Saturn, avec lecteur de CD-ROM et une autre, plus accessible, la Jupiter, utilisant les traditionnelles cartouches qui ont fait le succès de *Sonic*. Des passerelles seront établies entre les deux appareils afin de ne pas laisser derrière soi des tribus d'adolescents frustrés. Deux vétérans de l'électronique participent à l'élaboration des machines, Hitachi et JVC, cette dernière ayant été choisie pour fabriquer le lecteur de CD-ROM.

Dans le plus grand secret, Nintendo mijote une parade exemplaire. Au début de l'année 1993, Jim Clarke, président de Silicon Graphics, a pris l'initiative d'entrer en contact avec Minoru Arakawa et Howard Lincoln.

Jim Clarke a fondé Silicon Graphics en 1984 après avoir vainement tenté de vendre à divers constructeurs une carte graphique facilitant la création d'objets 3D. Partout où l'image est reine, ses ordinateurs sont devenus incontournables. Ils sont utilisés par Walt Disney au centre Epcot pour l'application *Aladdin,* un parcours de tapis volant en réalité virtuelle. Dans l'aéronautique, ils raccourcissent le temps de réalisation des jumbo-jets, de la maquette jusqu'au produit final. Ford Motor les met à profit dans le design de ses automobiles et la simulation des collisions.

L'entreprise californienne est devenue la coqueluche d'Hollywood. Les stations de travail de Silicon Graphics ont permis la réalisation des prodigieux effets spéciaux de films tels que *Terminator II* ou *Abyss.* Spielberg est en train de le mettre à profit pour animer les tyrannosaures de *Jurassic Park.* Les plus grands pontes de la télévision et du cinéma viennent frapper aux portes de Mountain View afin de découvrir les secrets des nouveaux sorciers du graphisme. Auprès de certaines rock-stars et des branchés, Silicon Graphics jouit d'une réputation comparable à celle d'Apple dans les années quatre-vingt.

Clarke est attiré par le marché de masse que représente le jeu vidéo, d'autant que les graphismes les plus époustouflants sont souvent réalisés par les éditeurs du secteur ludique. Lors de la rencontre avec Howard Lincoln, il se déclare prêt à mettre sa technologie à la disposition d'un géant du jeu. À première vue, l'équation n'est pas simple. Les machines vendues par Silicon Graphics, telles la Reality Engine mise à contribution sur *Jurassic Park* sont couramment vendues entre 500 000 et un million de francs! Toutefois, l'immense trésorerie du géant de Kyoto ouvre toutes les perspectives.

Informé de l'entrevue, Hiroshi Yamauchi accorde le plus grand intérêt à la proposition de Silicon Graphics. Il perçoit immédiatement qu'il serait possible de renouveler l'entreprise à succès qui a permis le décollage de la NES sept ans plus tôt : proposer une console d'une avance technologique imparable, à un prix la rendant accessible aux adolescents. Ce qu'il envisage ni plus ni moins est d'offrir pour moins de 2 000 francs une console animée du même processeur graphique que la Reality Engine. Ainsi dotée d'une puce 64 bits, la console de Nintendo serait d'emblée incomparablement plus puissante que la Saturn de Sega. Au fil des discussions avec Clarke, Howard Lincoln parvient à monter un plan qui rendrait une telle prouesse envisageable. À la clé, se trouve là encore un volume de commandes sans précédent. Le projet, qui reçoit le nom de code Project Reality, démarre en août 1993, sous la direction de l'ingénieur Genyo Takeda.

Pour parvenir à comprimer le coût de production, Lincoln a dû écarter l'intégration d'un lecteur de CD-ROM dans la future console, car un tel accessoire gonflerait le prix de la machine. Genyo Takeda appuie une telle décision en rappelant que l'accès aux informations sur une cartouche est près de mille fois plus rapide que sur un CD-ROM. Yamauchi, qui était déjà réfractaire à ce support, entérine donc ce choix, d'autant qu'il considère que le public privilégié de Nintendo veut avant tout des titres procurant un plaisir de jouer incomparable avec un temps de réaction instantané.

À Mountain View, soixante-dix ingénieurs de Silicon Graphics sont affectés au projet. Mais contrairement aux habitudes, dans cette société californienne où l'ambiance est « cool », le laboratoire consacré à la machine de jeux est entouré d'un secret intégral, y compris au niveau interne. La Nintendo 64 est alors prévue pour l'été 1995.

À l'automne 1993, la rumeur filtre des ateliers de développement, gagne les rues, zigzague dans les faubourgs, s'amplifie jusqu'à remonter l'immeuble d'Haneda : Sony se lancerait dans la production d'une console!...

Dès le mois de novembre, la rumeur se mue en annonce officielle. Le conseil d'administration a donné son feu vert au prototype présenté par Ken Kutaragi et décidé le lancement d'un appareil baptisé PlayStation.

Les premiers échos font état d'un système d'une étonnante sophistication, globalement plus ambitieuse que la Saturn. Le géant de la hi-fi brandit une date de sortie sulfureuse et perfide : à la fin de l'année 1994, presque au même moment que le nouvel appareil interactif de Sega.

A cette nouvelle, les joues de Hakayo Nakayama, le redoutable président de Sega, virent au rouge dragon. Dans un mouvement d'humeur orageux, le numéro un se précipite dans les bureaux de la division recherche et développement et entreprend de tourner en dérision les réalisations de son équipe. Que Sega puisse être terrassé par une nouvelle venue est inconcevable, impossible, impardonnable! Le Fuji Yama n'aurait pas été moins dévastateur que les laves qui coulent de cette bouche fulminante. Mais lorsqu'un empire de l'électronique, une multinationale au revenu de 150 milliards de francs, se jette dans l'arène, le plus téméraire des félins sent son pelage se hérisser. Nakayama avait tout prévu, sauf cela!

Le projet Saturn est immédiatement retardé de plusieurs mois afin de muscler les caractéristiques de la boîte à jeux. La première parade se traduit par la décision d'intégrer un processeur d'images vidéo 3D plus puissant dans la console, afin de soutenir favorablement la comparaison avec la future PlayStation. Appréciable tactique, si ce n'est que la firme au hérisson est soudain passée de l'offensive à une position défensive. Et cette entaille dans un planning jusqu'alors crénelé et huilé dans ses moindres rouages engendre un inévitable allongement des délais. La plupart des partenaires de Sega s'interrogent sur les capacités du numéro deux mondial à jamais tenir la date de sortie de fin 1994.

La voie initialement abordée, menant à deux consoles, est abandonnée. Seule la Saturn et son lecteur de CD-ROM demeurent en lice. Les hommes du marketing dans une tardive crise de lucidité ont jugé qu'il serait malaisé de vendre des jeux sur cartouche de moindre qualité graphique, plus chers que les versions haut de gamme sur CD — les premières coûtant plus cher à produire que les secondes[1].

Du côté de Nintendo, en revanche, l'effet de manches de Sony laisse de marbre. La société n'est que trop heureuse d'annoncer que pour sa part elle travaille déjà sur une génération de machines plus avancée que la Saturn et la PlayStation ! La seule véritable menace concerne le fait que ces deux entreprises concurrentes vont utiliser le CD-ROM pour leurs jeux, ce qui pourrait entraîner une baisse conséquente du prix de vente des logiciels.

Le développement de ce qui va devenir la PlayStation est officialisé le 1er décembre 1993, date à laquelle est constitué Sony Computer Entertainment (SCE). Située au croisement des activités matériel et loisirs, cette compagnie est le fruit d'une joint-venture entre Sony Corporation et Sony Music Entertainment. Terihusa Tokunaka, un cadre attaché à la compagnie depuis vingt-cinq ans, est nommé à sa présidence. Cet homme versé dans la culture occidentale et passionné de golf mesure un mètre quatre-vingt-dix, une taille très au-dessus de la moyenne au Japon. Tokunaka parle d'une voix douce et se montre d'une aimable courtoisie dans ses relations. Mais il se distingue par une intense acuité intellectuelle. Au cours d'une réunion, il peut demeurer silencieux pendant plusieurs heures. Lorsqu'il prend enfin la parole, il pose inévitablement la question la plus opportune qui soit.

En cette fin d'année 1993, les deux nouveaux outsiders de la console haut de gamme, 3DO et Atari, rencontrent un accueil plus que modéré. En dépit de leurs capacités techniques, la 3DO et la Jaguar d'Atari souffrent de l'absence d'une gamme de logiciels. Afin d'éviter à la PlayStation de connaître un même sort, Ken Kutaragi fait procéder à l'acquisition de l'édition

1. Le travail effectué sur Jupiter permet la sortie d'un accessoire curieux, qui donne à la Megadrive des capacités de 32 bits. L'Histoire, dans sa magnanimité, tentera d'oublier ce pas de côté, digne d'un crabe groggy.

anglaise Psygnosis, pour la somme de 200 millions de francs. Il lance également une opération séduction tous azimuts auprès des sociétés de logiciels.

Les éditeurs de jeux japonais ont d'abord accueilli la PlayStation avec froideur. Chez Namco comme chez Konami, la réaction a été la même : « Pour quelles raisons devrions-nous modifier une politique de développement qui dans l'ensemble fonctionne correctement avec Nintendo et Sega? » La défiance et l'incrédulité sont par ailleurs de mise vis-à-vis de Sony, dont la tentative d'entrer sur le marché de la console dix ans plus tôt, avec le standard MSX, s'est soldée par un échec. Les spécifications avancées par Ken Kutaragi apparaissent donc comme de vulgaires fanfaronnades. Les réactions changent du tout au tout dès lors que l'ingénieur en chef présente le premier prototype de la PlayStation. Impressionnés par le saut technologique, la plupart des éditeurs japonais se déclarent alors prêts à apporter leur concours, si tant est que SCE puisse garantir la vente d'un volume minimal de machines. Terihusa Tokunaka s'engage à faire tout ce qui sera nécessaire sur le plan marketing pour qu'un million de PlayStation soient écoulées au Japon dès la première année de mise en vente.

En Europe, le Britannique Phil Harrison a pour mission de séduire les éditeurs de jeux du continent. Le prototype qu'il reçoit à Londres ne paye pas de mine sur le plan externe: il s'agit d'un large boîtier gris dont les côtés mesurent cinquante centimètres, avec une épaisseur de trente centimètres. Mais les performances sont déjà remarquables. Après avoir signé un accord de confidentialité, une centaine de développeurs, parmi lesquels figurent les Français Éric Chahi et Frédéric Raynal, sont conviés dans la capitale anglaise le 22 décembre 1993. Une fois la démonstration effectuée, Harrison demande : « Y a-t-il des questions ? » et un grand silence se fait alors entendre dans la salle. Médusés, les participants demeurent sous le choc. En l'espace d'une journée, Sony s'adjoint le concours de la crème des éditeurs européens. Quelques semaines plus tard, à

l'occasion de l'ECTS de janvier 1994, Harrison effectue soixante-dix présentations privées à des programmeurs d'éditions américaines. Pete Stone, de Konami, témoigne de sa surprise : « Nous sommes sortis de la réunion la langue pendante. » Suite à la demande d'une majorité de programmeurs, Ken Kutaragi décide d'augmenter la capacité mémoire de la PlayStation.

La fin de l'année 1993 révèle l'ampleur de la décrue dans laquelle est entré le marché de la console. Dans la guerre des prix qui a particulièrement sévi en Europe — la Megadrive a vu son prix divisé par deux —, la société de Haneda a laissé des plumes. Les prévisions alarmistes de Frank Herman trouvent un écho dans le discours de début d'année que prononce Hayao Nakayama dans le très luxueux hôtel Okura à Tokyo. Le speech du président s'apparente à une déclaration de défaite. Tous les instituts d'analyse prévoient des pertes pour l'année fiscale 1993 de Sega. Si la filiale américaine parvient tout juste à se maintenir à flot, l'Europe est dans le rouge.

Les résultats publiés à la fin de mars 1994 dressent un état des lieux déprimant. Les revenus, en chute de 64 %, plafonnent à 112 millions de dollars. Les dépenses phénoménales engagées en matière de promotion ont eu un coût énorme, qui se traduit par une dette de 700 millions de dollars. Sega a même dû verser 50 millions de dollars à Atari en règlement d'un conflit juridique qui traînait depuis quatre ans, autour du brevet du joystick. La division européenne, pour sa part, est entrée en récession avec des revenus qui ont chuté de 7 milliards de francs et se réduisent à moins de 5 milliards. En guerre avec le siège de Haneda, Frank Herman projette de quitter la direction de Sega Europe, mais Nakayama insiste pour qu'il demeure en poste encore une année.

Maigre consolation, le chiffre d'affaires de Nintendo accuse également une baisse de 23,5 %, soit 4,7 milliards de dollars au total. Toutefois, la situation est loin d'être aussi dramatique. Le numéro un de la console capte encore 82 % du marché international, n'a aucune dette et dispose d'une trésorerie de plus de 3 milliards de dollars. Si les bénéfices accusent une chute de 40 %, ils

demeurent très confortables — plus d'un milliard de dollars avant impôts et 500 millions nets. Au CES de Chicago, Yamauchi fait pourtant état de sa déconvenue. « Même si nous demeurons la plus grande société de jeux vidéo dans le monde, nous ne sommes pas satisfaits de notre prestation. Bien que nous écrasions nos concurrents, pour la première fois de notre histoire dans le monde des jeux vidéo, notre bilan a baissé. »

Aux États-Unis, un ancien directeur commercial d'Atari, Steve Race, est nommé à la tête de Sony Computer Entertainment (SCE) en juin 1994. Bon vivant exubérant, Race a l'allure d'un joueur de football et se caractérise par son esprit d'indépendance, un trait de caractère qui ne va pas toujours faciliter ses relations avec le siège japonais.

Le kit de développement de la PlayStation a été livré aux développeurs européens en mai 1994. Kutaragi a pris une décision éclairée en choisissant le PC comme plate-forme de développement, et un langage de programmation fort prisé des programmeurs, le C. Un tel contexte favorise le portage des jeux pour PC sur la PlayStation. Sony entend ainsi s'attirer les faveurs des développeurs et s'empresse de faire savoir qu'elle ne tire aucun profit du kit de développement qu'elle vend aux éditions. Pourtant, dans la pratique, la multinationale apparaît elle aussi tentée par un contrôle similaire à celui pratiqué par Sega ou Nintendo. Pour les titres destinés à la PlayStation, elle n'accepte que des CD gravés sur un grilleur qu'elle produit elle-même. « Cela revient aussi cher que de produire pour Sega et Nintendo », déplore le responsable d'un atelier de développement français.

Mais les coûts de réalisation des jeux vont atteindre des niveaux inattendus avec la nouvelle console de Nintendo. Le développement de cette machine, la Nintendo 64, se poursuit de plus belle. En juillet 1994, Silicon Graphics a conçu un émulateur qui permet de commencer la programmation de jeux Nintendo 64 sur une station Onyx Reality Engine. Pour écrire les jeux de la future console, Nintendo forme ce qu'elle appelle la *Dream Team* — équipe de rêve— composée d'une série

d'éditeurs triés sur le volet, parmi lesquels Angel Studio, compagnie d'images de synthèse, ou Paradigm qui est spécialisé dans les simulateurs d'avions, sans oublier Virgin, Acclaim, LucasArts, Rare, DMA, Design et Iguana. Ces éditeurs doivent signer de volumineux documents relatifs à la sécurité et apporter la preuve que leurs locaux sont à l'abri de toute intrusion, mais ils doivent également débourser près d'un million de francs pour acquérir la station de développement Reality Engine. Pour sa part, Shigeru Miyamoto démarre la réalisation d'une nouvelle version de *Mario* adaptée à la Nintendo 64.

La Saturn est la première console majeure à entrer en lice, dès novembre 1994, en terre nippone. La publication simultanée d'un jeu de haute tenue, *Virtua Fighter*, joue le rôle de détonateur — des enquêtes montreront que 98 % des possesseurs de Saturn en ont acquis une copie. Le concepteur de *Virtua Fighter*, Yu Suzuki, jouit d'une célébrité comparable à celle d'une star cinématographique au Japon, et s'autorise en conséquence un franc-parler incisif. Le programmeur vedette ne se montre pas d'une tendresse excessive pour la Saturn, à laquelle il reproche de s'appuyer sur deux processeurs parallèles. « Un seul processeur central aurait été largement préférable, confie publiquement Suzuki. Seul un programmeur sur cent sera en mesure d'exploiter un tel duo de façon à exploiter réellement la vitesse d'affichage de la Saturn. » De fait, la gamme de logiciels disponible n'est pas à la hauteur des attentes — il manque un titre du calibre de *Sonic*. Le géant de Haneda vise néanmoins le million d'unités pour la fin 1995.

Pour frapper les esprits au niveau publicitaire, Sega délie les cordons de la bourse, au risque de pousser les gestionnaires financiers à un salutaire hara-kiri plutôt que de voir cela. Le marketing veut une campagne voyante, tonitruante, et elle l'obtient. Objectif avoué : conquérir les deux tiers du marché des consoles de la nouvelle génération. Si la Saturn ne séduit pas au moins la moitié des agitateurs de joysticks, les développeurs

pourraient bouder la machine, laquelle serait alors condamnée à terme.

Sous la pression de la concurrence, Sega adopte une stratégie plus ouverte indiquant que d'autres compagnies pourront vendre leurs propres versions de la Satura. Victor (JVC), Hitachi et Yamaha ont pareillement acquis une licence. Par ailleurs, Hitachi va vendre l'appareil dans son réseau de sept mille boutiques.

Au cours des dernières semaines de mise au point de la PlayStation, les équipes de Ken Kutaragi investissent le siège de Sony, certains préférant dormir sur place. Comme le lieu ne comporte pas de douches, l'un des membres de l'équipe néglige de se laver pendant deux semaines.

Le lancement japonais « le plus important de Sony depuis le walkman » est organisé dans l'hôtel le plus luxueux de Tokyo, le New Otani, en présence du Gotha de la grande presse et de la télévision. Terihusa Tokunaka confirme que la machine sortira le 3 décembre — dix jours après la Satura — et que 300 000 consoles seront chez les distributeurs avant la fin de l'année. Le président de Sony affirme clairement que la PlayStation sera le produit le plus stratégique lancé par sa société au cours de la décennie. Plus ambitieuses que celles de Sega, les prévisions de vente s'élèvent à un million d'unités sur six mois, et le double d'ici la fin 1995. Si seulement huit jeux sont prévus par la sortie, Tokunaka révèle que sept cents kits de développement ont été livrés dans le monde, ce qui augure d'une belle moisson à venir. Dès la fin de décembre, 300 000 PlayStation mises sur le marché ont trouvé acquéreur.

Nintendo ressurgit élégamment sur le devant de la scène en fin d'année en publiant, *Donkey Kong Country,* un jeu conçu par l'éditeur anglais Rare. La prouesse a consisté à tirer de la SNES des capacités dignes d'une machine 32 bits — le jeu était d'ailleurs originellement prévu pour la Nintendo 64. Pour la réalisation de *Donkey Kong Country,* Nintendo a capitalisé sur une technologie de Silicon Graphics dont elle a l'exclusivité. Au

cours des quarante-cinq derniers jours de l'année, ce logiciel se vend à 6,1 millions d'unités, battant tous les records en termes de rapidité de vente. *Donkey Kong Country* permet à Nintendo de redresser la barre de manière spectaculaire : elle accapare la moitié du marché américain, alors que sa part n'était plus que de 40 % au cours de l'été. L'entreprise dirigée par Yamauchi conserve par ailleurs la mainmise sur le marché japonais où elle réalise 9/10 des revenus du secteur.

Pourtant, si Nintendo pavoise, les éditeurs indépendants accusent le coup. David Perry de Shiny Entertainment qui vient de lancer *Earthworm Jim* découvre que Nintendo a publié *Donkey Kong Country* sur une cartouche dont la capacité est double et qui est vendue près de 100 francs moins cher que le prix habituel. Un tel comportement ouvertement partial de la part de Nintendo commence à lasser les acteurs du logiciel, qui s'affirment de plus en plus nombreux à souhaiter la réussite de la PlayStation, afin que les deux leaders de la console soient contraints à assouplir leurs positions. Pour l'heure, Sony entend s'appuyer avant tout sur les éditions externes pour développer la gamme de jeux de la PlayStation. Mais comment préjuger de son attitude une fois qu'elle aura acquis une part de marché respectable?

Au début de l'année 1995, le secteur du jeu vidéo glisse inexorablement vers une redistribution des cartes. Nintendo a dû céder la moitié des marchés américain et européen à son rival Sega, suite à une terrible guerre de baisse des prix. La valeur de l'action de la société de Kyoto est inférieure de moitié à sa cotation dix-huit mois plus tôt. Mais Sega, pour sa part, continue de voir ses revenus plonger. Si elle se maintient à flot, c'est en partie du fait de sa position privilégiée dans les centres de loisirs. Par ailleurs, les PC équipés de CD-ROM séduisent une part de plus en plus importante de la population des joueurs. Les éditeurs de logiciels sont friands de ce support, dans la mesure où ils n'ont aucune redevance à verser à Nintendo, Sega ou qui que ce soit, la technologie étant universelle. Enfin, le coût de produc-

tion d'un CD pour PC ou Macintosh n'est que de 3 francs.

En mars, le débonnaire Frank Herman quitte la direction générale européenne de Sega. Âgé de 63 ans, le vieux routier jovial supporte de moins en moins les nombreux déplacements qu'il doit effectuer en Europe. Qui plus est, Herman est lassé de trouver porte close chaque fois qu'il essaye de faire comprendre à Nakayama que les cibles de ventes sont de plus en plus irréalistes et les dépenses en promotion dangereusement élevées. Chaque fois, il ne reçoit qu'une seule réponse : « Augmentez la part de marché de Sega en Europe quel qu'en soit le prix. »

En apprenant son départ pour une édition de logiciels, Tom Kalinske, qui dirige la filiale américaine de Sega, déclare à Frank Herman :

— Le secteur du jeu ressemble de plus en plus au monde du football.

— Que voulez-vous dire?

— Toujours les mêmes joueurs. Mais des équipes différentes.

Le climat ne tarde pas à changer au sein de Sega Europe, Frank Herman étant remplacé par Malcom Miller, un quadragénaire issu d'Amstrad, dont le visage boutonneux est recouvert par une barbe. Miller a pour défaut essentiel de ne rien entendre au secteur de la console. Dès les premières heures de sa prise de fonction, il se fait remarquer par une incapacité à affronter les problèmes humains. À Hambourg, le nouveau directeur européen rencontre son responsable du marketing. Ce dernier demande s'il a des soucis à se faire pour son avenir et Miller répond par la négative. Le soir même, lorsque l'homme du marketing rentre chez lui, il trouve dans sa boîte aux lettres un message indiquant qu'il est licencié. Le même soir, Miller qui a gagné Paris est introuvable. Un tel épisode augure mal de la nouvelle donne dans les filiales européennes. De fait, malgré les préventions de ses directeurs de filiales, Miller prépare un lancement de la Saturn en allouant un budget promotionnel qui cette fois est excessif, mais dans l'insignifiance.

Surprise, surprise ! Faut-il parler de raid sans préavis, de complot secrètement ourdi au nez et à la barbe des intéressés? Dans un accès d'audace époustouflante, Sega lance la Saturn le 11 mai à Los Angeles, au cours du nouveau salon consacré aux jeux, l'E3, alors que la sortie américaine officielle avait été originellement annoncée pour le 2 septembre. Du jamais vu dans la stratégie de la guerre des consoles, d'autant que, comme l'annonce crânement Tom Kalinske, «nous avons démarré les livraisons en nombre hier, ce qui veut dire que la Saturn est présente dans mille huit cents boutiques canadiennes et américaines ». Quel effet de manches! D'autant que la société de Haneda affirme avoir dépassé ses prévisions en ayant vendu un million de consoles au pays des mangas. Pourtant, les performances graphiques de la machine sont sur la sellette, au regard de celles de la PlayStation. Un jeu porté sur les deux machines, *Ridge Racer*, donne nettement l'avantage à la console de Sony. Maigre consolation, celle-ci se fait encore attendre sur le sol américain.

Comment réagit Nintendo devant cette stratégie du leurre? Howard Lincoln, avec son sourire pincé qui en dit long sur son art de mijoter patiemment les contre-attaques, entreprend de démolir de manière cynique cette vilaine escarmouche. « L'avantage que nous avons sur Sega est notre situation financière. Sega, tout comme Sony d'ailleurs, vend sa nouvelle plate-forme à perte, ce qui va les amener à perdre des sommes considérables. Je crois comprendre que ces deux compagnies entendent se rattraper sur le logiciel. Mais c'est une stratégie risquée, car en attendant ils se préparent à se délester de millions de dollars, ce qui n'est pas notre cas, » Et d'assurer que Nintendo continue de vendre 3 millions de Game Boy par an.

La filiale américaine de SCE, à défaut de présenter à la foule sa console tant attendue, annonce une tarification plancher — 300 dollars, soit 500 francs de moins que la Saturn. La décision de casser ainsi le prix de vente a été prise par Steve Race sans en référer à ses supérieurs hiérarchiques du Japon. Pour les dirigeants de

la multinationale, une telle libre échappée demeure en travers de la gorge. Race organise également une party mémorable pour laquelle il loue les services de l'artiste maison, un androgyne mutant connu sous le nom de Michael Jackson. Coût de l'opération de marketing : 2 millions de dollars. Et en parallèle, SCE s'offre une affiche agressive, montrant qu'elle a assimilé au mieux les principes du marketing des consoles. La bannière qu'elle a suspendue sur la façade de l'E3 fanfaronne à propos de la PlayStation : « Elle dévore la Nintendo pour son déjeuner, puis la vomit. » Une annonce qui en dit long sur l'immaturité cultivée par le marketing de cette industrie. Sony n'aura rien fait pour relever le niveau. Il demeure que la PlayStation passe le million d'unités vendues au Japon dès le mois de juin et que Nintendo n'est pas au rendez-vous prévu au cours de l'été 1995.

La campagne de lancement américaine de la PlayStation démarre dès la fin d'août. Organisée par Chiat Day, elle a coûté 50 millions de dollars. Elle porte rapidement ses fruits avec 100 000 unités vendues dès la première semaine, ce qui place SCE devant Sega. Tom Kalinske se voit obligé de réagir et décrète une baisse de 100 dollars du prix de la Satura, qui passe à son tour à 300 dollars. Pourtant, deux mois après le lancement de la PlayStation, Steve Race est remercié. En imposant aux Japonais un prix extrêmement réduit et en se montrant excessivement prodigue en matière de dépense, Race a mis en péril la profitabilité de Sony Computer Entertainment. Norio Ohga n'apprécie pas particulièrement les électrons libres.

Une charrette bien plus importante se prépare du côté de Sega. Novembre 1995 est le mois des coupes sombres aux États-Unis comme en Europe. La filiale française, qui comptait cent cinquante personnes en 1993, voit ses effectifs ramenés à trente employés. Au niveau européen, le personnel est réduit à cent dix têtes, un quart de ce qu'il était auparavant. Les bureaux belges et hollandais sont fermés. Une page de l'histoire de Sega est tournée et Howard Lincoln a beau jeu d'indiquer, avec force perfidie, que le seul concurrent de Nintendo demeure Sony.

La Nintendo 64 fait ses débuts le vendredi 24 novembre au salon organisé à Shoshinkai. Pour les passionnés qui se sont parfois déplacés du monde entier, la surprise vient de ce que seuls deux jeux sont présentés : *Super Mario 64* et *Kirby Bowl 64.* Au dernier moment, Hiroshi Yamauchi a décidé de retirer dix titres de la démonstration. En coulisse, plusieurs éditeurs clament leur stupéfaction devant l'arbitraire d'une telle décision, d'autant que seuls deux logiciels maison ont trouvé grâce à ses yeux.

Lors de l'allocution qu'il délivre aux participants, Yamauchi justifie de manière indirecte une telle sentence. Le directeur, bientôt septuagénaire, fustige sans réserve l'industrie du jeu et accuse les éditeurs indépendants d'avoir sabordé le marché des consoles 16 bits par une production générale de piètre facture : « les jeux ne sont plus amusants », fulmine le président qui s'en prend particulièrement à ceux qui « développent autant de titres que possible en espérant que l'un d'eux deviendra un succès ». Selon lui, cette stratégie pourrait conduire à une crise plus importante encore que celle du début des années quatre-vingt. Il explique qu'en limitant le nombre de développeurs pour la Nintendo 64, la vénérable maison va aider au retour de jeux extraordinaires, du genre de ceux dont les adolescents raffolent.

L'année 1996 révèle une baisse des revenus mondiale. En France, le chiffre d'affaires Nintendo a chuté d'un milliard à 600 millions de francs. Certes, le marché s'est redressé élégamment. En 1995, il s'est vendu 14,3 millions de machines contre 10,5 millions en 1994. Mais l'arrivée des nouvelles consoles n'est pas parvenue à remettre le secteur d'aplomb — 27 millions de consoles avaient été écoulées en 1992.

La Nintendo 64 qui est lancée fin mai au Salon E3 de Los Angeles peut-elle redonner du tonus à un secteur qui cède progressivement le pas au PC? Ce qui est certain, c'est qu'elle dépassé toutes les attentes sur le plan tech-

nique. Animée par un processeur aussi puissant que dix Pentium — le haut de gamme sur les ordinateurs PC —, la nouvelle console amène une qualité graphique sans précédent dans le domaine avec des mouvements en 3D réelle et la possibilité de changer à tout moment d'angle de vue. Pour couronner le tout, le jeu *Super Mario 64* est irrésistible : plusieurs magazines spécialisés vont jusqu'à estimer qu'il s'agit du plus beau jeu jamais réalisé. On y voit le plombier vedette courir, voler, plonger dans les eaux bleues pour en ressortir dans un mouvement d'une totale fluidité, escalader une colline, descendre en schuss dans la poudreuse, tomber dans un abîme... Quelque chose a changé. Le joueur a presque l'impression de disposer de son *Toy Story* personnel. Ce jeu dont le développement a duré plus de deux ans montre que Miyamoto, alors âgé de 43 ans, n'a rien perdu de sa créativité. « Jusqu'à présent, il était difficile de rendre les jeux réalistes, déclare l'intéressé. Ces nouveaux moteurs graphiques représentent un véritable défi pour les créateurs de jeux. Pour ma part, j'ai voulu que *Super Mario 64* donne l'impression d'un dessin animé 3D interactif. » Tout au long du salon E3, Miyamoto, celui que les adolescents révèrent comme le Spielberg du jeu vidéo, se mêle aux joueurs afin d'écouter leurs remarques. Placé derrière les consoles, le maestro observe les réactions des joueurs et assimile chaque critique en vue de l'intégrer dans un futur jeu.

Le dimanche 23 juin 1996, la Nintendo 64 est disponible dans les boutiques japonaises. Le public japonais manifeste son engouement par l'achat de 250 000 exemplaires dès le premier jour. Afin d'éviter les attroupements excessifs constatés lors du lancement de la SNES six ans plus tôt, Nintendo a organisé un vaste réseau de distribution allant jusqu'à inclure les supérettes. Toutefois, afin de ne pas ouvrir la porte aux exportations parallèles, la compagnie a donné une consigne stricte : une seule machine par acheteur. 800 000 sont écoulées en moins d'un mois. Mais les temps ont changé. Le retard de la Nintendo 64 a été suffisamment long pour permettre à Sony de prendre une année d'avance avec son modèle 32 bits, y compris au Japon. En septembre 1996, les ventes mondiales de la PlayStation s'élèvent à 5 millions d'unités — dont un million en Europe et 250 000 en France. Au Japon, le jeu *Tekken* a dépassé un million d'exemplaires. La victoire sur Sega est notable. « Au niveau européen, il se vend 1,5 PlayStation pour une Saturn », reconnaît un porte-parole de Sega, avant d'affirmer que le rapport devrait se rééquilibrer. Mais l'écart se creuse à l'avantage de Sony. À la fin de l'année 1996, Sega avoue des pertes de l'ordre du milliard de francs.

Pourtant, la plus grande menace qui pèse sur Nintendo, Sega et Sony s'appelle bel et bien le PC. L'ordinateur créé par IBM en 1981 et clone à plusieurs dizaines de millions d'exemplaires vit depuis longtemps sa propre vie. Dans la mesure où le standard PC n'appartient plus à aucun constructeur, cet ordinateur s'apparente de plus en plus à une machine universelle, aussi à l'aise pour le traitement de texte que pour les simulateurs de vols. Sega a même pris acte d'une telle évolution en portant *Sonic* et divers logiciels de sa gamme sur PC. Le temps où une seule société pouvait prétendre accaparer l'essentiel du marché paraît révolu. L'institut Datamonitor est d'ailleurs formel lorsqu'il prédit qu'en Europe la console entrera en déclin permanent à partir de 1998 après avoir atteint son zénith. En l'an 2000, selon la même source, le jeu sur PC représentera 1,8 milliard de dollars contre 1,1 pour les titres sur console en Europe. Et un autre prétendant sera en train de grignoter à son tour le gâteau ludique : les jeux sur Internet !

CINQUIÈME PARTIE

LES BIO-JEUX

CHAPITRE 15

PHIL REVAIT D'UN DEUXIÈME MONDE

En pénétrant dans les bureaux de Cryo, Paul-Loup Sulitzer ne s'attendait pas à voir cela. Au sein de la ruche parisienne règne une atmosphère de créativité débridée. Certes, rien n'a été fait pour agrémenter la venue de visiteurs du monde des affaires. Dans l'entrée, dépourvue de fauteuil d'accueil, une antique cabine de simulation automobile avoisine les restes d'une maquette de vaisseau spatial. Sur un présentoir de pacotille se dressent quelques trophées épars : une tête gélatineuse de dinosaure chaussée de lunettes d'aviateur, le boîtier d'un logiciel assorti d'inscriptions en cyrillique, un médaillon offert par Mindscape pour célébrer les ventes de *Megarace*...

Derrière un panneau de fortune, s'alignent des tables disposées en rangs d'oignons devant lesquelles opèrent des adolescents en tee-shirt. L'immense pièce ne paye pas de mine avec sa moquette usée et son éclairage terne. Sur les murs, affiches de cinéma et posters à base de graffitis encadrent une Swatch géante qui sert d'horloge.

Si la magnificence n'est pas dans le décor, elle envahit les écrans. Sulitzer voit éclore des scènes extraordinaires de par la sophistication des images et le caractère fascinant des personnages qui y évoluent. Certaines productions maison, tels *Commander Blood* ou le futur *Atlantis*, semblent participer à l'éclosion d'un art nouveau, tout comme les premiers films d'Abel Gance ou de Griffith en leur temps. Les programmeurs, qui pour la plupart n'ont pas la trentaine, sont bien souvent des autodidactes

de tous horizons qui ne connaissaient rien à l'ordinateur quelques années plus tôt.

— Notre succès est dû aux qualités graphiques de nos programmeurs, s'exclame l'étoile filante Philippe Ulrich qui sert de guide à l'écrivain. Quand je vois ce qu'ils sont capables de produire, je demeure pantois. Ils semblent disposer d'un savoir-faire inné!

La surprise se poursuit lorsque Sulitzer passe en revue les comptes de Cryo et observe une voluptueuse courbe de croissance. Créée au début de 1992, la société est passée de 2,5 millions de francs de chiffre d'affaires à 12 millions en 1993 et 37 millions en 1994. Elle vise un bénéfice de 65 millions de francs pour l'année en cours. L'écrivain découvre avec stupeur que 75 % de la production du petit atelier parisien est vendue à l'export, par des éditeurs tels que Virgin ou Mindscape. De telles multinationales du logiciel se montrent prêtes à investir des millions de dollars sur un jeu avant même qu'une seule ligne de programme ait été écrite, à partir d'un simple synopsis et de planches de dessins commentées.

— Nous nous sommes fixé une règle, qui est de ne jamais démarrer le développement d'un jeu avant d'avoir trouvé son financement, argue Jean-Martial Lefranc. Chacun de nos projets est présenté à un éditeur afin qu'il alloue un budget. Grâce à une telle avance sur royalties, nous pouvons rémunérer les différents intervenants : scénaristes, graphistes, programmeurs, musiciens... Parfois, il nous faut un an et demi pour dénicher le producteur, mais d'autres fois il suffit d'un simple coup de fil.

Avec un tel modèle, Cryo est assise sur des bases extrêmement solides et n'a jamais perdu un centime sur la moindre de ses productions.

L'écrivain caresse ses hôtes dans le sens du poil.

— Vous êtes intelligent. Et pour ma part, j'aime les gens intelligents !

Fin renard, Sulitzer cherche à investir ses deniers de manière avisée. À défaut de saisir la substantifique moelle du jeu interactif, le financier a découvert l'univers du jeu vidéo à travers le prisme de la presse, qui évoque une croisade vers un nouvel empire et compare ses capitaines aux successeurs de Magellan. De manière ondoyante, l'écrivain policé entame un semblant de négociation en vue d'acquérir des parts du studio de développement parisien. Un petit cigare aux lèvres, Jean-Martial Lefranc traduit ses pensées sous la forme de tapotements sur une calculatrice de poche. L'homme qui tient les cordons de la bourse de Cryo demeure attentif mais prudent.

Peu après le départ de Sulitzer, Lefranc se connecte sur le Minitel et obtient des informations sur les sociétés gérées par l'écrivain. Il découvre alors avec effroi qu'en ce début d'année 1995, celles-ci sont en perte de vitesse. Il ne sera pas donné suite aux avances de l'auteur de *Money*.

Quelques jours plus tard, Olivier Dassault vient à son tour sur les lieux. Bronzé et guindé, le fils de l'avionneur parle peu, laissant son directeur financier poser les questions. Les premiers contacts sont officiels et réservés. Pourtant, lors de la coutumière tournée, le bellâtre baisse sa garde et révèle une authentique curiosité. Comment fonctionnent les simulateurs de vols? Qu'est-ce que la représentation 3D temps réel? Les chars que l'on voit dans les salles d'arcades sont-ils réellement conformes aux véritables modèles ? Les questions fusent, comme les rafales d'une unité de chars d'assaut.

Après la visite, les trois fondateurs de Cryo, Philippe Ulrich, Jean-Martial Lefranc et Rémi Herbulot, s'interrogent une fois de plus, afin de déterminer s'ils ont enfin trouvé « la promise » — l'entreprise qui saura se marier au mieux avec la leur, tout en scellant l'union d'une dot conséquente. Mais le diapason renvoie une note étouffée, presque dissonante. Au suivant !

Après trois années de décollage, le trio infernal a jugé que le moment était venu de « lancer le troisième étage de la fusée ». Suite au succès de *Dune*, diffusé à 300 000 exemplaires, y compris en version chinoise, Cryo a vu les commandes pleuvoir. Mindscape, Virgin, Sega, GTE, JVC, Electronic Arts, Sony ou encore le français Microfolies n'ont pas hésité à investir des mil-

lions de francs afin que les artistes maison puissent concevoir des aventures interactives.

Dès la fin de l'année 1993, Lefranc a posé à ses deux partenaires une question clé :

— Allons-nous demeurer avec deux ou trois équipes et publier un ou deux jeux par an, ou devons-nous essayer de construire un studio à l'échelle industrielle?

Le triumvirat s'est accordé sur la deuxième option. Tout au long de l'année 1994, la société a poussé à la façon d'un champignon, passant d'une dizaine à près de cent cinquante employés ou affiliés en l'espace d'un an. Le triumvirat a estimé que la situation d'atelier de développement avait suffisamment duré. La prochaine étape consistait à se hisser au niveau des plus grands en devenant éditeur. Cryo s'est alors mis en quête d'un partenaire d'aventure. Une entité brassant les milliards comme d'autres battent le blé, avec à sa tête un bâtisseur qui, en dépit d'une pratique aguerrie de la prédation, n'aurait pas perdu le sens du rêve et du fantastique.

Par chance, les studios de logiciels ont le vent en poupe auprès de la confrérie des oiseaux noirs, cette étrange caste qui aime à lorgner de sempiternelles colonnes de chiffres et dont le cœur bat au rythme des pulsations du CAC 40. Un an plus tôt, une société lyonnaise a fait monter leur tension et rendu aphones les plus criards du lot. Dans le climat d'une séance hystérique d'ouverture en Bourse, l'action Infogrames s'est arrachée, sous les assauts de fourmis légionnaires d'une sanguinaire voracité.

Flashback... En juin 1993, Bruno Bonnell cherche encore et toujours d'une manière désespérée des fonds pour renflouer sa société. Le fondateur d'Infogrames envisage sérieusement de jeter l'éponge faute de trouver un appui financier. Voilà dix ans qu'il se bat avec ses acolytes contre vents et marées, tentant de convaincre les banques de leur accorder un ultime répit afin de lancer de nouveaux jeux et faire subsister une structure de cent dix employés. À perpétuellement écoper un bateau qui prend l'eau, les cadres se sentent usés et déprimés. Infogrames s'apprête pourtant à publier plusieurs produits majeurs

tels *qu'Astérix* sur consoles Nintendo, ou *Tennis,* une simulation sportive pour le CD-i de Philips. Le cap des 100 millions de chiffre d'affaires est sur le point d'être franchi. Mais la société ne parvient toujours pas à éponger un passif qu'elle traîne interminablement depuis plus de cinq ans.

Bonnell reçoit alors l'appui de deux personnages romanesques de la galaxie française du multimédia. La soixantaine élégante et gracile, Janine Langlois-Glandier dirige Pathé Interactive, et supervise la réalisation d'une encyclopédie sur CD-i. Jean-Claude Lame, entré chez Philips en 1970, a pris la direction de la division interactive en 1991. Excentrique lutin échappé de *Qui a peur de Roger Rabbit ?,* il mène sa barque avec la fougue d'un guerrier celtique. La perspective de voir Infogrames, l'une des rares entités de création française, sombrer dans le tourbillon des dettes et impayés est de nature à préoccuper les deux capitaines du multimédia. Langlois-Glandier défend le dossier Infogrames auprès de Jérôme Seydoux, président de Pathé. Lame apporte sa caution personnelle.

Un matin, à 10 heures, Bruno Bonnell et Christophe Sapet se rendent à la gare de Lyon-Part-Dieu afin d'accueillir l'investisseur du dernier espoir. Le costume austère, Seydoux se montre chaleureux et sans manières. Tous partent sans plus attendre vers Infogrames, l'homme providentiel n'étant là que pour trois heures en tout et pour tout.

Bonnell redoute la première impression. Faute de moyens, les locaux d'Infogrames sont d'une banalité déconcertante avec une moquette tachée et des murs vieillissants. Mais Seydoux a ces mots primesautiers : « J'aime bien les sociétés qui ne perdent pas d'argent en frais généraux. » Devant les images d'OVNI se faufilant au milieu de gratte-ciel dans un temps apocalyptique, le président de Pathé paraît sceptique et déboussolé. Il n'en témoigne pas moins d'un intérêt authentique pour ce nouvel art.

Une fois la tournée effectuée, Bonnell propose d'aller déjeuner au buffet de la gare, en attendant le train pour

Paris. À table, il effectue finalement le grand saut à l'élastique :

— Est-ce que Pathé pourrait investir 10 millions de francs dans Infogrames?

Seydoux demeure coi et méditatif.

Quelques instants plus tard, alors qu'il s'avance vers le TGV, le financier est traversé d'une fulgurante intuition :

— Je crois que je vais le faire... Je vais le faire ! Je vais vous envoyer deux ou trois associés afin de valider notre accord.

Il n'a fallu que trois heures pour cet homme au regard perçant pour observer, analyser et prendre une décision.

Au moment d'entrer dans un wagon, il ajoute comme en aparté :

— J'ai confiance en vous... Je ne vois pas pourquoi vous auriez intérêt à me raconter des histoires.

Une vingtaine de jours plus tard, Pathé-Chargeurs entre dans le capital d'Infogrames à hauteur de 10 millions de francs. Une onde de soulagement se diffuse aussitôt au sein de l'édition qui peut ainsi résorber d'un trait l'intégralité de ses dettes. Mais quelque chose d'autre change instantanément, comme si le rétablissement de ce point névralgique opérait une acupuncture à distance : l'attitude du monde financier se métamorphose comme par enchantement. À présent, les banquiers se font doucereux et les investisseurs longtemps boudeurs arborent le visage du loup de Tex Avery. Galilée Investissement décide à son tour d'injecter 10 millions dans Infogrames. Et comme ce cabinet de capital-risque fait partie de la banque De Machy-Worms, cet établissement propose de piloter l'entrée en Bourse de l'édition.

Les événements se précipitent alors, car les spécialistes de De Machy-Worms jugent que décembre serait le moment idéal pour une introduction sur le second marché. Dans le plus grand secret, Bonnell et Sapet mettent en œuvre l'opération sans en toucher un traître mot aux autres employés. Ils passent ainsi maintes nuits blanches à photocopier des documents qui partent par coursier vers la Commission des opérations de Bourse, désireuse de s'assurer de la pérennité de l'entreprise. Bonnell se

livre ensuite à une tournée des investisseurs qui s'achève par une allocution devant deux cents analystes au palais de la Bourse.

— Dans notre métier, l'essentiel est d'attraper la bonne vague au bon moment, déclare le pétillant hâbleur à l'assistance. Si c'est trop tôt, vous la prenez dans la figure, si c'est trop tard, elle part sans vous !

Peu avant le 16 décembre, journée d'introduction officielle sur le second marché, tous les indicateurs sont au beau fixe. *Astérix* sur les consoles Nintendo s'est vendu à 500 000 exemplaires en six mois, tandis que *Alone in the Dark* continue sa carrière internationale.

Dès la mise en vente, la demande pour le titre (proposé à 110 francs et coté à 162) est phénoménale. 61 millions de titres sont sollicités à la corbeille, soit cinq cent trente fois l'offre initiale. L'édition, qui frôlait le naufrage en juin, a battu six mois plus tard le record historique d'introduction sur le nouveau marché.

Images surnaturelles, animations plus vraies que nature, visionnaires fous égarés au milieu d'intellos soporifiques... Imagina est une curieuse kermesse dont on repart les yeux remplis de couleurs féeriques, de poissons mythiques et de bulles somptueuses. Au cours de ce rendez-vous annuel des passionnés de l'image à Monte-Carlo, les idées fusent et les projets prennent forme de manière spontanée, au sortir d'un exposé visionnaire ou de la projection d'un film qui défriche des horizons inexplorés.

Invité à s'exprimer au cours de l'édition de février 1994 d'Imagina, Philippe Ulrich fait sensation en déclarant : « Je prends date. Dans un an, le jeu vidéo sera le premier producteur d'images de synthèse sur la planète. » En s'exprimant ainsi, le rebelle de Cryo a pleinement conscience de lacérer le *statu quo*. En cette année 1994, Imagina vénère les sorciers des effets spéciaux tels ceux d'Industrial Light and Magic, qui ont créé les dinosaures de *Jurassic Park* sur des stations de travail Silicon Graphics coûtant un million de francs pièce.

Ulrich, pour sa part, a observé un incroyable phéno-

mène dans l'atelier de développement dont il tient la direction artistique à Paris. Des adolescents qui découvrent l'image de synthèse sur un simple PC poussent cette machine dans ses derniers retranchements et vont jusqu'à en tirer des animations prodigieuses, dignes de celles que l'on trouve sur Silicon Graphics. Franck de Luca, le créateur de *Megarace,* n'avait que 17 ans lorsqu'il a poussé la porte. Après son entrevue avec le directeur artistique de Cryo, le lycéen est allé jusqu'à lui demander de quoi acheter un ticket de métro ! *Megarace,* qui doit être publié en mars par Mindscape, a fait la une du magazine anglais *Edge* — référence en la matière — en hommage à la prouesse accomplie. De même, en 1993, deux gamins de 16 ans, Grégoire et Nicolas Glachant, sont venus chez Cryo présenter l'ébauche d'un film interactif réalisé à domicile sur un PC. Ébloui par l'exploit technique, Ulrich a embauché les prodiges afin de réaliser *Hard Line,* un jeu qui intègre des scènes dignes d'un film fantastique et tournées en extérieur, avec une trentaine d'acteurs.

Dans l'assistance, un intellectuel vêtu de noir acquiesce mécaniquement. Robocop fragile et décalé, Alain Le Diberder est un joueur de la première heure. Il a connu *Pong,* la VCS d'Atari, les premiers micro-ordinateurs familiaux et n'a jamais cessé de suivre les évolutions du secteur. Au début des années quatre-vingt, ce docteur en économie avec une tête à la Pascal Obispo a réalisé le jeu *Matignon* sur Apple 2, une simulation de gestion d'un gouvernement. En 1989, Alain Le Diberder a rejoint le ministère de la Culture comme conseiller de Jack Lang pour les nouvelles technologies et a notamment incité à la subvention du secteur de l'infographie. Après être entré à France Télévision en mars 1991 comme directeur de la recherche et des études, il s'est distingué par un livre pamphlétaire sur les jeux vidéo. En cette année 1994, les potentiels qu'il entrevoit à l'occasion du rapprochement d'Internet et des jeux l'amènent à imaginer une toute nouvelle forme de divertissement.

Le soir, à dîner, Philippe Ulrich et Alain Le Diberder se retrouvent à une table de Monaco avec la journaliste Danièle Ohayon de France Info et l'écrivain Régis Debray. L'ancien professeur de philosophie, compagnon de Che Guevara puis de Mitterrand, réfléchit depuis plusieurs années aux enjeux de la communication, de l'image et des médias. Dans son livre *Vie et mort de l'image* le philosophe maniéré s'est interrogé sur le fonctionnement des médias et ce qui fait leur efficacité. Venu à Imagina dans l'espoir de mieux comprendre les nouvelles technologies de l'audiovisuel, il assaille Ulrich et Le Diberder de questions. Qu'est-ce que l'argent virtuel? La société va-t-elle s'améliorer ou empirer en entrant dans l'ère «cyber»? Au hasard des échanges d'idées, Ulrich évoque un cheminement technologique dans lequel s'est engagé Cryo et qui amènerait à créer des mondes en trois dimensions sur les réseaux télématiques. La démocratie sera-t-elle sauvegardée dans ces univers parallèles? demande naturellement le philosophe.

Tandis que chacun rentre vers son hôtel, Alain Le Diberder invite Ulrich à prendre un dernier verre. Les deux intrigants se retrouvent à une heure du matin dans un bar, éclusant whisky sur whisky. Le Diberder lance alors une fantasque vision :

— Est-ce qu'il ne serait pas possible de développer une sorte de ville virtuelle?

Une telle ville n'existerait que sur les écrans des ordinateurs reliés au réseau Internet... Elle aurait des rues et des avenues dans lesquelles chacun pourrait se balader, des habitations que l'on pourrait décorer à son gré, des places publiques avec leurs tribuns et bateleurs, des manèges et kiosques à musique dans les parcs. Des gens se connectant du monde entier pourraient s'y balader, converser entre eux, échanger des images numériques... Faudrait-il instituer des règles et des lois? Aurait-on le droit d'aller n'importe où? De fil en aiguille, les deux routards galactiques réalisent qu'ils sont en train d'inventer une nouvelle dimension, qui pourrait envelopper la planète.

Alain Le Diberder est demeuré discret sur ses projets immédiats, mais en coulisses, le spécialiste du jeu vidéo est en train de quitter France Télévision et négocie son

entrée chez Canal Plus, comme directeur des nouveaux programmes. En avril, il téléphone à Ulrich pour annoncer sa nomination.

— Philippe, je tiens à t'annoncer que je dispose désormais du budget nécessaire pour développer notre monde virtuel.

Il indique alors qu'en tant que responsable de la nouvelle division multimédia de la chaîne payante, il entend confier à Cryo la réalisation de ce *Deuxième Monde*. Ulrich retient son souffle, comme s'il allait sauter dans le vide.

— Alain... Si nous développons un tel projet, il n'aura pas de fin. Il faudra l'alimenter en permanence. Cela deviendra un baobab...

Les réflexions relatives au *Deuxième Monde* sont entamées dès le début de l'été 1994, avec la participation de Didier Bouchon de Cryo, et de la diaphane Chine Lanzman de Canal Plus.

Dans la communauté virtuelle appelée à naître, chacun pourra se façonner le visage de son choix, choisir son sexe et ses habits, se donner un rôle selon l'humeur du moment. « Chacun donnera à l'autre l'image de soi qu'il désire. Ce sera Venise ! » s'exclame Philippe. Les débats touchent au métaphysique : faut-il permettre le vieillissement et la mort des personnages ? Doit-on permettre aux gens de s'entre-tuer? Un couple qui se rencontrera sur le réseau pourra-t-il faire des enfants virtuels? L'argent virtuel gagné dans les jeux pourra-t-il être transformé en argent réel?

Didier Bouchon, qui réalise alors *Commander Blood*, une suite du jeu *Captain Blood* qui a fait les beaux jours d'Ère, démarre en parallèle la programmation du projet le plus fou jamais encore abordé par Cryo.

Vers le début de l'année 1995, Cryo présente un profil plus qu'attrayant pour les investisseurs potentiels. Non contente d'afficher une courbe de croissance radieuse, la société a toujours été profitable : le bénéfice s'élève à 7 millions de francs sur l'année 1994. *Dune* et *Dragon Lore* se sont pareillement vendus à 300 000 exemplaires, tandis que *Megarace* a atteint les 800 000. Cette simulation automobile a été numéro un pendant plusieurs semaines en Angleterre et a atteint la position numéro quatre aux États-Unis où elle a été nominée dans la catégorie « meilleur jeu informatique » aux oscars américains de l'interactivité aux côtés de *Myst* et *Seventh Guest*. Près de deux cents personnes opèrent désormais à temps plein pour la compagnie. Cryo travaille pour une quinzaine d'éditeurs dans le monde. Une filiale, id3D, a été créée en partenariat avec Publicis afin d'explorer le monde de l'image de synthèse dans la publicité.

Jean-Martial Lefranc ayant laissé entendre que Cryo allait ouvrir son capital, les investisseurs défilent un à un : Mindscape, Virgin, Electronic Arts, la plupart des banques françaises, la Compagnie financière Edmond de Rothschild, la Banexi, De Machy (groupe Worms), la Caisse des Dépôts et Consignations, Matra-Hachette, Canal Plus, le groupe *Lazare*, Dassault et Paul-Loup Sulitzer.

Arc-boutés devant leurs écrans, les programmeurs en tee-shirt prêtent à peine attention à ces messieurs vêtus de gris aux manières courtoises et mondaines, qui paraissent avancer sur des œufs de lump. Tous découvrent une entreprise aux finances saines, qui diffuse dans le monde entier ce qu'il est devenu courant d'appeler la *french touch*. La plupart ont fait réaliser des études préalables qui montrent que le secteur du jeu interactif rime avec dollars et manifestent un réel intérêt à placer leurs fonds dans ce nouvel eldorado. Sur leur réserve, Lefranc, Herbulot et Ulrich observent, médusés, les grands financiers faire le paon pour mieux séduire leurs interlocuteurs. Mais le courant ne passe pas.

L'expansion n'est pas toujours vécue avec sérénité par les compagnons de la première heure. Peu après avoir terminé *Commander Blood*, Didier Bouchon décide de quitter Cryo. Le programmeur de randonnées galactiques n'apprécie guère de voir la folle aventure des premiers jours se transformer en une usine à produire des jeux avec des dizaines de salariés. Nostalgique de l'époque glorieuse d'Ère Informatique, il tolère mal certaines pres-

tations que s'autorise désormais Cryo — comme *Super Dany*, un jeu Nintendo réalisé pour le compte de Danone.

La rupture se produit de manière théâtrale, dans une atmosphère que n'aurait pas reniée Fellini. Ulrich vient d'apprendre que Serge Lafond, l'homme qui a produit *Commander Blood* pour le compte de la société Microfolies, celui-là même qui vient régulièrement les voir en moto, vit une double vie. Dans la journée, le commanditaire opère comme conseiller du président de la République ! Dans la mesure où la maladie de François Mitterrand s'aggrave, Lafond a jugé bon de se reconvertir de manière discrète dans le domaine du multimédia.

Pour fêter la sortie prochaine de *Commander Blood*, Lafond invite Philippe Ulrich et les deux principaux programmeurs de ce jeu, Didier Bouchon et Marcello Morra, ainsi que leurs compagnes à un dîner à l'Elysée en janvier 1995. Tous sont encore sous le coup du stress paroxystique qui est de mise lors des dernières semaines d'un produit, et accusent leur lot d'heures de sommeil de retard.

Après la réception dans un petit salon doré, Lafond convie les membres de Cryo à un repas sublime dans un décor surréaliste de magnificence. Après un plateau de fromages plantureux, arrive le moment des alcools. Les convives qui ont bu plus que de raison se laissent aller aux confidences, l'atmosphère étant suffisamment baroque pour libérer des réactions inaccoutumées. Lafond embraye la discussion sur un sujet qui s'apparente à de la dynamite : la situation des auteurs et celle des salariés.

— Philippe, est-ce que tu te sens davantage du côté des auteurs ou des salariés? demande alors Marcello Morra.

Ulrich refuse d'accepter un tel clivage et justifie avec fougue la nouvelle optique adoptée par le studio de développement. Didier Bouchon récrimine contre Jean-Martial, accusé de transformer Cryo en une réplique parisienne d'Infogrames, ce qui dans sa bouche confine à l'avanie. Ulrich prend instinctivement la défense de son associé. Perfidement, Lafond se range du côté des auteurs, et le ton monte de part et d'autre, jusqu'à l'inévitable clash, Marcello Morra se laissant aller à traiter Ulrich d'exploiteur. Le mot qui blesse a été lâché. Soucieuse d'éviter le pire, la femme de Morra traîne son compagnon hors de la pièce. Dans la cour de l'Elysée, les cris et vociférations retentissent dans la nuit.

Le lendemain matin, Bouchon et Morra sont chez Cryo et chacun a repris le travail comme si rien ne s'était passé. Pourtant, la rupture est consommée. Les deux programmeurs se préparent à quitter l'édition pour fonder leur propre studio de développement, le Comptoir des Planètes. Sylvain Huet, un programmeur issu de l'École polytechnique et étudiant d'informatique au corps de l'Aviation civile, reprend le travail sur *Le Deuxième Monde* lors de son temps libre. Programmeur prodige, Huet a écrit son premier logiciel pour le compte d'Ère Informatique alors qu'il était encore en classe de troisième.

Lors de l'édition de février 1995 d'Imagina, Ulrich est à nouveau convié à délivrer une allocution publique. Le projet *Le Deuxième Monde* électrise alors son attention. Avec la fièvre d'un solo de Pearl Jam, il délivre un discours babylonien sur ce qu'il appelle à présent les « bio-jeux ».

« Le jeu vidéo est un fabuleux champ d'expérimentation qui oblige à précéder sans cesse les tendances et développer les outils les plus affûtés : compactage de données, 3D temps réel...

« La 3D et l'immersion vont permettre l'apparition de bio-jeux ou jeux vivants.

« Les techniques de 3D temps réel peuvent nous immerger dans des espaces virtuels identiques à la réalité : catacombes, forêts, océans...

« Imaginez des personnages vivant dans ce monde virtuel et obéissant à des règles simples dictées par un scénario : tel monstre doit se nourrir de chair fraîche, chasser, dormir la nuit... Imaginez maintenant une splendide créature blonde qui se promène près de la cabane du monstre. Vous, le joueur, courtisez la fille en lui parlant de la pluie et du beau temps. Dans le monde réel, elle

s'appelle Albert et joue à travers le réseau sur son PC par l'intermédiaire d'un modem taïwanais. Comme le monstre a bien chassé les Elfes, la blonde pulpeuse est d'accord pour se reproduire avec lui. Cela fait une dizaine de nouveaux monstres en plus qui vont à leur tour chasser. Ainsi va la cybervie.

« Après quatorze années passées à développer des jeux, je considère que le jeu vidéo entre dans l'âge de sa puberté cybernétique.

« L'ère du multimédia, à peine née, est déjà dépassée, nous entrons dans celle du média vivant. Le cyber est partout. Il façonne la société.

«Dans cette nouvelle société, les bio-jeux ont pour mission de préparer les gens au monde de demain. Je suis fier de contribuer à l'éveil des consciences. Car le jeu vidéo, c'est aussi une culture, une pulsion rebelle, une curiosité à vif, un instinct de survie à tout prix.

« S'il existe encore quelques aventures à vivre, quelques nouveaux mondes à conquérir, quelques sensations fortes, c'est bien là qu'ils se trouvent.

« Car nous assistons à un événement unique, colossal et fascinogène. Un événement probablement aussi important pour l'humanité que le Big Bang ou la formation d'un système solaire.

« La naissance d'un Univers, d'un Monde nouveau.

« Un Deuxième Monde ! »

Au début de l'été 1995, Cryo est toujours à la recherche du magnat de la finance avec lequel convoler en justes noces. De tous les prétendants, Canal Plus est le favori, les élucubrations relatives au *Deuxième Monde* favorisant une relation intense et débridée. Mais Henri de Bodinat qui a quitté Sony pour diriger le Club Méditerranée met alors en contact Jean-Martial Lefranc avec Daniel Piet, le numéro deux du groupe LVMH.

Première société française et cent treizième sur le plan mondial, LVMH, qui fédère un ensemble de marques de prestige, réalise 4 milliards de bénéfices avant impôt. L'idée de voir le label Cryo cohabiter avec des noms tels que Moët-Hennessy, Louis Vuitton, Guiness, Parfums Christian Dior, Guerlain, Givenchy, Kenzo, Christian Lacroix ou Fred Joaillier apparaît fantasque. Il demeure que Piet vient de lancer une étude importante concernant les secteurs sur lesquels il serait opportun de se développer et que le loisir électronique a été identifié comme l'un d'entre eux.

Tout comme Sulitzer, Dassault et consorts, Daniel Piet vient se prêter à la cérémonie de présentation des activités de Cryo. Les trois fondateurs découvrent un grand homme dynamique et bien en chair dont les yeux pétillent derrière les carreaux de ses lunettes. Lors de la tournée, Piet pose mille questions et cherche à appréhender comment fonctionnent la technologie 3D et les ordinateurs. Et bien qu'il ne connaisse pas le secteur, il adhère rapidement aux arguments de ses interlocuteurs, faisant preuve d'une étonnante acuité. Signe précieux : Piet ne dissimule aucunement son respect des créateurs et fondateurs. Cette qualité est compensée par une franchise brutale.

— Comment pouvez-vous créer des produits qui intéressent la terre entière ? demande Piet, tout en tirant nerveusement sur sa cigarette.

Lefranc explique alors la théorie chère à Cryo sur la « culture mondiale ».

— Il existe tout un débat en France sur la culture française par rapport à l'américaine, explique Lefranc. Nous pensons pour notre part qu'il existe une culture mondiale, et c'est celle dans laquelle nous évoluons. Elle a des apports français, américains et japonais. Les Américains ont apporté *La Guerre des étoiles* et les Japonais les mangas. L'apport européen et français concerne tout ce qu'a apporté le Moyen Âge, la légende des Chevaliers de la Table ronde, les dragons... Il s'agit d'un aspect plus ancien et historique mais qui n'en est pas moins partie intégrante de cette culture. Tous les gamins du monde savent qui est le roi Arthur au même titre que Luke Skywalker ou *DragonBall* Z C'est une culture que les Américains savent particulièrement bien recycler, mais qui intègre de nombreux éléments européens qui nous sont propres.

Le discours fait mouche. Fidèle à lui-même, Ulrich

s'enflamme, expliquant que les programmeurs travaillent sur « l'imaginaire du troisième millénaire » et insiste sur la nécessité pour les Français de riposter à l'invasion culturelle américaine et japonaise.

— Le potentiel créatif est immense chez les jeunes. J'ai vu arriver chez Cryo des adolescents qui ne savaient pas toujours bien écrire et n'avaient pas été bien loin dans leurs études. Ces mêmes gens, devant un ordinateur, se mettent à développer des choses extraordinaires. Ce potentiel me semble infini...

— Infini ? Allons bon.

— Je pèse mes mots, il n'y a pas de limites. Dans ce métier, nous sommes tous à armes égales, avec les mêmes outils, argumente alors Ulrich. Celui qui gagne est celui qui parvient à dessiner l'avenir avec son ordinateur et son imagination. Où qu'il se trouve, il a les moyens de le faire.

Piet écoute attentivement, intrigué des potentiels inhérents à un univers dont il ignorait l'essentiel une heure auparavant.

— Mais comment tout cela fonctionne?

Ulrich détaille les tenants et aboutissants du travail des Spielberg parisiens de l'image de synthèse, débitant un couplet enflammé sur les outils de représentation en 3D.

— Mais c'est formidable, réagit Piet, qui semble établir d'étranges connexions dans un ordinateur interne. Vous pourriez réaliser les futurs magasins de Dior avant même qu'on les construise?

— C'est dans le domaine du possible. Mais nous pouvons aller bien au-delà et concevoir des mondes virtuels sur les réseaux où les gens peuvent se rencontrer, faire des achats, apprendre et jouer...

Daniel Piet réalise progressivement que Cryo s'intègre parfaitement dans le puzzle des sociétés du groupe LVMH. Tout comme les autres marques fédérées par le groupe, l'atelier travaille dans un univers où le raffinement est un perpétuel Graal. Avant la fin de l'entrevue, il fait connaître son intérêt pour une prise de participation minoritaire dans l'édition.

Extase... Les hommes de Cryo sont impressionnés par la capacité d'émerveillement manifestée de la part de cet homme d'argent pour ce qui relève du monde des médias et du divertissement. Ulrich le trouve « magique », tandis qu'Herbulot n'en revient pas de rencontrer un financier faisant preuve d'un tel talent d'écoute. Pour les trois fondateurs, LVMH apparaît incontestablement comme le bon choix.

La signature du protocole d'accord intervient en août. LVMH prend une participation minoritaire — 20 % — dans Cryo, assortie d'une augmentation de capital de 20 millions de francs. Pour sceller l'union, une entrevue avec Bernard Arnault est organisée dans une grande salle, à une table de réunion prévue pour une trentaine de personnes. La discussion se déroule à voix feutrée, l'épaisseur des pièges à sons incrustés dans les murs étant telle que celui qui parle a l'impression qu'il sera entendu au-dehors s'il ne pondère son volume vocal.

Grand et sec, avec des cheveux noirs ondulés, Arnault parle de manière calme et posée. Ulrich l'assimile à un mutant, un *T3000*.

— Il paraît que l'on va faire une affaire, dit Arnault. Cela tombe bien. Mon fils adore votre jeu *Megarace*.

Bien malgré lui, Ulrich se lance dans la description d'un concept qu'il caresse, la « 4D temps prémonitoire », et qui consisterait à amener les ordinateurs à prédire le futur. De façon étonnante, Arnault paraît intégrer un tel discours. Il conclut en déclarant qu'il est tombé amoureux de leur entreprise.

Le Deuxième Monde a évolué de manière fantasmagorique sous la houlette du graphiste Stéphane Levalois qui a donné libre cours à ses pinceaux électroniques. Cosmopolite, la ville virtuelle dispose d'une cité des loisirs, une cité du jeu, de la finance, du sexe... Les plus grands joyaux architecturaux de la planète y sont disséminés depuis les palais impériaux de la Chine ancienne jusqu'aux temples byzantins, avec des couloirs souterrains dignes de la civilisation maya.

Pourtant, Ulrich ne tarde pas à découvrir un changement d'attitude de la part de l'initiateur de l'œuvre, Alain

Le Diberder. Probablement déçu de voir que Cryo a choisi de convoler avec LVMH, le directeur des programmes de Canal Plus se fait plus directif. Lui-même a suivi son propre cheminement intellectuel par rapport au projet *Deuxième Monde.* Un décor trop riche pourrait être contraignant pour l'utilisateur. « Pour que les joueurs puissent délirer dans leurs rapports, il est préférable qu'ils aient des repères », juge Le Diberder. Au cours d'une séance tragique, il en vient à exprimer son rejet des mondes fantastiques bâtis par Cryo. Ce qu'il désire, c'est du réalisme. La ville de Paris, avec ses rues et ses monuments !

À court d'arguments, Ulrich et ses collègues finissent par céder devant les *desiderata* du bailleur de fonds. Dans un moment de douleur extrême, six mois de travaux sont mis au rebut, broyés en pitoyables confettis numériques, comme des pixels qui repasseraient à l'état gazeux. Adieu cités, fantasmes, dragons et libellules géantes...

Atterré, Jean-Martial Lefranc confie ses malheurs à Daniel Piet de LVMH.

— Nous ne pouvons pas nous arrêter comme cela. Nous avons là plusieurs mois de recherche et développement. Si nous laissons passer le coche, un autre l'attrapera, que ce soit Microsoft, Electronic Arts, Compuserve, AOL...

L'adjoint de Bernard Arnault réagit alors avec bonhomie :

— Mais il n'y a pas de problème... Si Canal Plus le désire, nous pouvons racheter *Le Deuxième Monde.*

Quelque chose a bel et bien changé dans le mode opératoire de Cryo!... Désormais, l'édition dispose de la puissance d'un groupe éminent à ses côtés. Ulrich se sentirait presque pousser des ailes. Pourtant, la transaction se heurte à un mur, Le Diberder se refusant à vendre une œuvre que la division multimédia de la chaîne cryptée entend bel et bien mettre à son catalogue. .

Avec la bénédiction de Piet, Cryo démarre alors secrètement un projet d'une envergure colossale, à côté duquel Le *Deuxième Monde* apparaît comme un simple embryon, un pépin de raisin perdu dans une grappe multiforme. Un monde virtuel, *Scol,* est mis en chantier. Il s'appuie sur une découverte technologique effectuée par Sylvain Huet, qui permettra à n'importe quelle personne se connectant sur Internet d'entrer à tout moment en contact avec n'importe quelle autre... Sur *Scol,* ce territoire impalpable, chacun construira à sa guise son îlot personnel : pagode, luna-park, gratte-ciel, station interstellaire ou igloo farceur. Dès qu'un utilisateur créera un tel site, celui-ci sera accessible partout dans le monde. De fil en aiguille, Cryo en vient à caresser l'idée de définir une sorte de nouveau logiciel de navigation sur Internet, qui serait distribué gratuitement aux utilisateurs, à l'instar du programme Netscape. Cryo offrirait le logiciel permettant à chacun de créer huttes, monuments ou boutiques et se rattraperait en vendant l'outil autorisant la création de sites commerciaux. Quatre grands thèmes sont définis : jouer, apprendre, travailler et acheter. Un tour de table est effectué afin de réunir les 10 millions de francs nécessaires à la création du nouveau service. Son ampleur est telle qu'à présent des noms éminents tels que MGM, Intel et Microsoft sont évoqués pour y participer. À l'instar d'une particule céleste aspirée par le champ magnétique d'une nébuleuse en expansion, Canal Plus se laisse à son tour drainer vers cette excroissance spontanée. Cryo a entamé sa mutation.

Plus que jamais, Ulrich est persuadé que la fusion du numérique et des télécommunications ouvre la porte à un imaginaire colossal, qui se nourrit de notre propre savoir. Avec cette fois une nuance de taille : « Nous sommes encore face à un fœtus de quelques heures. La créativité de *Scol* ne peut être décrite; elle sera le fruit de l'imagination de millions d'êtres humains !... »

Le troisième étage de la fusée est lancé et la nouvelle épopée paraît aussi grandiose que celle qui entraînait le *Captain Blood* aux confins des galaxies...

CHAPITRE 16

ULTIMA ON UNE LE CYBER CARNAVAL

Larry Probst ne rit jamais. Le ludique n'est pas sa tasse de thé. L'implacable prédateur qui dirige la première édition de logiciels de jeux au monde pourrait se prêter à une expérience de cryogénisation sans que ses proches ne remarquent la différence. L'immobilisme de son buste, aussi vertical qu'un fil à plomb, renforce l'aspect fantasmagorique de ce bunker sur pattes. Les pulls noirs moulants en maille fine qu'il affectionne, lorsqu'il ne porte pas le costume, concourent à lui donner le pelage d'un insecte extraterrestre. D'ailleurs, quand bien même ses cheveux blond-roux trahissent de lointaines origines en terre irlandaise, ce financier au regard tueur dégage une telle atmosphère de menace sourde que certains employés l'ont surnommé *Darth Vader* (Dark Vador). Quelle que la soit la démonstration à laquelle il est convié, le président d'Electronic Arts maintient un masque d'impassibilité absolue. Bien téméraire qui s'aventurerait à le dérider.

Bing Gordon, le cofondateur de la société californienne, est plus pittoresque. Échappé d'une fable rabelaisienne qui aurait été revisitée par le scénariste des *Police Academy,* cet ancien jongleur est bruyant et sûr de lui. Véritable armoire à glace, Gordon aurait pu faire carrière dans le hockey et n'aurait pas ménagé les coups dans les côtes. Mais le destin en a voulu autrement et Gordon le joufflu, celui qui mange des bananes à longueur de journée, tient les rênes d'une édition de logiciels. À l'instar de Probst, ses subalternes préfèrent s'abstenir de tout commentaire inutile, car l'ogre à la voix tonitruante est volontiers moqueur et décoche de cinglantes répliques aux inconséquents.

En cette matinée de novembre 1995, Starr Long, l'un des responsables du développement d'Origin, est de corvée. S'il est venu depuis le Texas jusqu'à San Mateo en Californie, c'est pour présenter aux pontes d'Electronic Arts un projet fou, d'avant-garde, dont l'audace rappelle le courant fauve en peinture ou l'*Ulysse* de Joyce en littérature. Un jeu de rôles sur Internet ! Un jeu appelé à réunir des milliers de participants du monde entier dans un même territoire virtuel où chacun pourra se déplacer à sa guise, côtoyant d'autres joueurs et vivant d'indescriptibles aventures sur ce monde parallèle en images de synthèse. Quiconque a participé de près ou de loin à une telle expérience ne peut en parler sans ressentir la chair de poule. Ce type de rencontres du quatrième type n'a jamais existé auparavant sur la planète Terre. Mais peut-on espérer que les dirigeants de l'édition comprennent réellement la force d'un tel concept, eux qui voient l'univers du jeu à travers livres de dépenses et recettes, bilans comptables et cours du Nasdaq? Long n'en attend pas tant. Qu'importe... Surmonter le faciès d'iceberg de Probst et les sarcasmes de Gordon fait partie des rares astreintes auxquelles doit se soumettre un chef de projet.

Long est arrivé avec la maquette d'*Ultima On Line.* Il s'agit de la mouture multi-utilisateurs d'une saga dont les divers épisodes, de *Ultima I* à *Ultima VIII,* ont été diffusés à un total de 2 millions d'exemplaires. À défaut de se passionner pour les péripéties contées dans ces jeux de rôles, Probst associe la série à des revenus conséquents, ce qui est de bon augure pour la présentation. Long rappelle qu'*Ultima* a atteint des ventes records au Japon, où cet univers a engendré l'apparition de maints produits secondaires, comme des dessins animés pour enfants, des bandes dessinées, des nouvelles et des chansons populaires.

Comme à l'accoutumée, la démonstration est effec-

tuée sur un ordinateur, mais cette fois, le sifflement d'un modem indique le début d'une connexion sur le réseau. Long entame une courte explication :

— Dans *Ultima On Line,* chacun des participants commence par choisir un personnage que nous appelons « avatar ». C'est en manipulant cet avatar que nous évoluons dans le territoire. Je vais donc commencer par me créer une apparence humaine.

Au début de la session, Long hérite, comme tous les autres joueurs, d'un corps dans le plus simple appareil, qui lui est octroyé à l'intérieur d'un temple. Il s'empresse de sortir de l'édifice afin de dénicher au plus vite des vêtements. Il croise alors un guerrier qui passe dans l'allée et s'adresse à lui, en tapotant sur le clavier.

— Bonjour, pouvez-vous m'aider? Je suis à la recherche de vêtements.

— Pas de problème, répond le soldat. Je dispose d'une série d'habits récoltés au cours de mes diverses batailles. Je veux bien vous en donner un. Je sais ce que vous devez ressentir, je suis passé par là moi-même !

La transaction est effectuée sur ces entrefaites. L'avatar supervisé par Starr Long se retrouve affublé d'une imposante tenue de chevalier. Alors que le généreux donateur s'apprête à passer son chemin, le nouvel arrivant du monde d'*Ultima* revient à la charge.

— Excusez-moi d'insister. Mais pourriez-vous également me prêter un bouclier?

Le guerrier s'insurge devant un tel sans-gêne.

— Eh oh ! Il faudrait un peu de mesure. Je viens de vous donner des vêtements et maintenant vous voulez mon bouclier !

— Pardonnez-moi... Il faut que je vous explique, je suis en train de faire une démonstration à la direction d'Electronic Arts.

— Quoi? Vous faites partie d'Electronic Arts?

— En quelque sorte... En fait, je suis d'Origin, la société qui développe ce jeu pour le compte d'Electronic Arts.

— Ça alors, c'est incroyable! Je suis moi-même un employé d'Electronic Arts à Londres! Qui êtes-vous?

— Dans le civil, je m'appelle Starr Long.

— Mais nous nous connaissons ! Nous nous sommes rencontrés lorsque je suis venu chez Origin en début d'année. Mon nom est Rafaël Colantonio !

Dans la salle austère où se tient la démonstration pour la direction, Starr Long assiste alors à un phénomène comparable à une éclipse de lune. Le glacier Probst sort de sa réserve et laisse transparaître quelques embryons d'une authentique stupéfaction. Malgré sa superbe et sa rigidité, Larry n'a pu s'empêcher d'être touché par cet incroyable effet du hasard. Un hasard que le caustique Bing Gordon se plaît aussitôt à contester, persuadé que la scène a été astucieusement préparée. Starr Long doit redoubler d'arguments pour persuader les deux capitaines que la chance est seule responsable de cette rencontre inopinée.

Si ce que Long dit est vrai, alors Gordon doit reconnaître qu'il s'est passé quelque chose de peu ordinaire : deux individus situés de part et d'autre de l'Atlantique et ne se connaissant *a priori* ni d'Eve ni d'Adam ont lié connaissance au sein d'un univers médiéval. Le Carnaval de Venise a pris forme sur Internet ! La suite de la démonstration va amplifier cette surprise.

Starr Long se déplace dans le village, au milieu des arbres, parcs et murets. Il rencontre alors d'autres joueurs et découvre qu'ils se sont connectés depuis les endroits les plus inattendus : Honolulu, Manille, Tel-Aviv, Bombay... La vie a commencé à s'organiser dans le village. Un avatar qui a rassemblé énormément d'objets au cours de ses combats a investi une maison vide et a monté un magasin où il vend toutes sortes d'articles. Un compagnon s'est joint à.lui et, à l'extérieur de la boutique, incite les passants à venir visiter ce bazar.

Un autre duo s'est lancé dans une activité licencieuse, le premier, mâle en apparence, protégeant l'autre, qui officie comme prostituée. Dans la pratique, la belle avatar incite les citoyens à la rejoindre dans une pièce en échange de dix écus locaux. Elle se déshabille alors, se

laisse virtuellement toucher et profère des soupirs sous forme de mots qui apparaissent au-dessus de sa tête : «Oh! Ah!...»

L'événement est représentatif de la liberté laissée à chacun de faire évoluer ce monde comme bon lui semble. Ce caractère imprévisible laisse entrevoir d'incroyables potentiels. Larry Probst paraît d'ailleurs, en filigrane, presque heureux d'avoir investi les millions de dollars d'Electronic Arts dans une telle production. La magie d'Internet a frappé.

Après le rachat d'Origin par Electronic Arts, le studio de développement fondé par Richard Garriott s'est installé dans un énorme complexe composé de cinq bâtiments de quatre étages, à quarante minutes du centre-ville d'Austin. Pour parvenir jusqu'à l'atelier, il faut traverser de larges routes taillées dans la roche au milieu du désert texan. Au sein de ces locaux rachetés au constructeur informatique Dell, les deux cents programmeurs isolés du reste du monde peuvent demeurer sur place plusieurs semaines durant sans manquer de rien. Le site abrite un distributeur de pop-corn, un juke-box, une cantine, un bar, et même une salle de cinéma. Un terrain de base-bail a également été aménagé dans le parking.

Le climat torride qui règne à l'extérieur des salles climatisées — 40 degrés en moyenne — refrène toute envie de sortir. Plusieurs artistes travaillent généralement dans une même pièce en vue de favoriser l'émulation et le contact. Signe d'une intense activité ludique, tous les couloirs ont été arrondis afin que personne ne puisse se dissimuler lors des courses-poursuites au pistolet laser.

Lorsque le visiteur pénètre dans le département de Richard Garriott, un immense gyrophare se met en marche. Un message lumineux apparaît alors, qui indique : « Vous êtes entrés dans une nouvelle dimension. » Des posters représentant le personnage déguisé en roi recouvrent les murs. Celui que l'on surnomme ici Lord British est apprécié pour son caractère altruiste. Lorsqu'il obtient un bonus de la part d'Electronic Arts, Garriott aurait pour coutume de le partager avec son équipe.

Ultima On Line apparaît comme la matérialisation d'un désir fort : celui de créer des jeux de rôles grandeur nature. Garriott a longtemps laissé entendre qu'il aimerait se lancer dans le développement de parcs d'attractions de très grande envergure, qui permettraient de recréer l'atmosphère *d'Ultima* dans le monde réel. Il entend tôt ou tard mener à bien un tel projet. Mais l'étonnant Garriott n'a pas hésité à mener plusieurs expériences à une moindre échelle. En 1988, l'homme à la coiffure de chevalier s'est fait construire un immense château médiéval en haut d'une colline, en fonction de plans qu'il avait lui-même dessinés. Toute l'excentricité de ce Richard Cœur de Lion transparaît dans son habitat hétéroclite, à mi-chemin entre Disneyland, la demeure de la famille Adams et l'univers de *Monty Python, sacré Graal.*

L'environnement de la maison comporte une cour équipée d'un trampolino, un pont suspendu surplombant un lac dans lequel est amarré un galion et des canots, une piscine externe qui se prolonge jusqu'à l'intérieur de la maison, un manège de chevaux de bois... La demeure fourmille de couloirs ornés d'objets de légendes, de passages secrets, dédales et trappes. Dans les sous-sols, le visiteur égaré peut se retrouver nez à nez avec un squelette décati, découvrir une page du *Necronomicon* (un livre censément maudit), un morceau de Lune, un crâne de gorille, un cobra empaillé... Quant à la tour du troisième étage, recouverte d'un dôme de quatre mètres, elle sert d'observatoire astronomique. Il est notable que le seul objet n'ayant pas droit de cité dans cette caverne d'Ali Baba est l'ordinateur. « Les PC sont réservés au bureau », confesse Lord British.

Tous les deux ans, à l'occasion d'Halloween, l'habitation de Garriott accueille une véritable réplique de *Donjons et Dragons.* Le seigneur du château investit près de 500 000 dollars de ses deniers personnels pour créer les effets spéciaux de l'événement. Pendant près de trois mois, plusieurs employés d'Origin se relayent pour pré-

parer les décors, les spectres animés et autres éléments d'un scénario conçu spécialement par le maître de céans.

Aux. douze coups de minuit, deux à trois cents hôtes *de la* fête déguisés en monstres, sorcières ou citrouilles se présentent aux portes du manoir. Ils sont accueillis par Lord British lui-même, en tenue royale. Le seigneur leur indique qu'ils doivent rechercher un parchemin magique qui sauvera la Terre des forces maléfiques.

Accueillis par des dragons cracheurs de feu, les invités descendent au fond d'une douve de quatre mètres de profondeur, lieu à partir duquel ils doivent découvrir de sombres corridors noyés dans la brume. Tout en affrontant la furie d'explosions soudaines, d'éruptions de boules de feu, ou d'averses artificielles, ils doivent gagner les autres salles, s'enfoncer vers les caves ou gagner les hauteurs jusqu'à l'antre abritant le télescope rotatif. En chemin, ils peuvent se trouver nez à nez avec des fantômes en hologrammes, d'horribles gargouilles qui prennent vie, des araignées géantes mangeuses d'humains... Tant bien que mal, ils doivent négocier leur voie dans des labyrinthes où retentissent des hurlements de loups-garous à glacer le sang, pénétrer dans des cryptes gardées par des monstres, grimper sur des échelles brinquebalantes, canoter le long du Styx, fleuve des Enfers de la mythologie grecque, éviter les trappes qui pourraient les jeter dans l'un des cachots souterrains dont les murs peuvent se refermer de manière fatale. Haute en émotions fortes et décharges d'adrénaline, la quête dure une heure et certains ne la rateraient pour rien au monde. D'ailleurs, ceux qui n'ont pas eu la chance de pouvoir entrer le premier soir se résolvent à camper pendant deux jours si nécessaire afin de pouvoir expérimenter ce plongeon temporaire dans une attraction auprès de laquelle la maison hantée de Disneyland évoque un thé de cinq heures sur les bords de la Tamise.

Voilà plus de cinq ans que le fondateur d'Origin songeait à réaliser une version multi-utilisateurs *d'Ultima* s'appuyant sur Internet. Mais la technologie a longtemps manqué à l'appel. Par la suite, le problème majeur a été d'envisager des scénarios suffisamment ambitieux pour

satisfaire un flot de participants censés interagir en direct à toute heure du jour et de la nuit. « Je suis un conteur, explique Garriott. J'aime raconter de grandes histoires épiques. Lorsque des milliers de gens participent à une telle réunion, le plus difficile est de définir l'intrigue dans laquelle ils vont pouvoir s'impliquer et participer chacun à sa façon. »

Par bonheur, le créateur de la série *Ultima* peut puiser une partie de son inspiration dans les rencontres qu'organise la Société pour un anachronisme créatif. Cette association, dont les milliers de membres sont répartis sur toute la surface des États-Unis, a pour objectif de recréer l'ambiance et la philosophie du Moyen Âge. Vêtus en armure, ses membres se rencontrent de temps à autre afin de mettre en place des joutes à coups de hache, rapière et épée, fabriquées en rotin.

Classique du jeu de rôles sur ordinateur, la série *Ultima* a subi une évolution majeure à partir du quatrième épisode. Dans les premières versions, le joueur avançait dans un cadre simpliste, résolvant la plupart des situations surréalistes rencontrées en tuant et pillant sans raison.

Lors de l'écriture de la version IV d'*Ultima,* Richard Garriott a pris conscience qu'il ne pouvait continuer à mettre en scène de telles quêtes manichéennes. Il s'est alors plongé, des heures durant, dans une réflexion relative au message qu'il entendait véhiculer au fil de la série. La quête du héros est devenue plus raffinée, chaque aventure ayant désormais pour objectif de faire de lui l'incarnation de vertus : l'honneur, la justice, l'honnêteté, l'amour, la vérité et le courage.

Désormais, selon que le joueur est bon ou mauvais, les réactions des autres personnages sont à l'avenant. « Les tricheurs sont pénalisés, explique Garriott. Par exemple, dans l'un des *Ultima,* le joueur doit acheter des herbes à une femme aveugle et jeter des pièces dans une corbeille. Plus tard, il rencontre un sage qui l'aidera ou non dans la poursuite de sa quête selon qu'il a réglé la femme en bonne et due forme ou qu'il a préféré abuser de sa cécité. »

À partir de cette même mouture, l'action des *Ultima* évolue dans un monde parallèle, *Britannia*, dans lequel Richard Garriott apparaît sous la forme d'un personnage, Lord British. En tant que tel, il est le gouverneur bienveillant du royaume.

La nouvelle approche philosophique a déclenché des réactions dépassant tout ce que Garriott avait entrevu. Un joueur lui a écrit et prétendu avoir trouvé le chemin de Dieu en jouant à *Ultima IV*. « Je ne prétends pas détenir la vérité ni vouloir changer les gens. *Ultima* reste avant tout un jeu », déclare l'auteur, abasourdi par de telles réactions.

Ultima On Line est un projet d'une tout autre envergure. Dans toutes les versions antérieures, les personnages étaient animés par l'intelligence artificielle. Le défi consistait à faire en sorte que de véritables personnes se rencontrent sur un monde virtuel pendant un laps de temps étendu, par le biais d'Internet. Pour que la fête foraine batte son plein à toute heure et que les microcosmes s'épanouissent de manière spontanée et grouillante, il restait à définir une quête suffisamment large pour embrasser des milliers de destinées éphémères.

L'histoire d'*Ultima On Line* se situe à une époque parallèle à celle de la série. Une cassure temporelle s'est produite et Lord British entend réparer cette anomalie. Il va donc distribuer des quêtes qui auront pour objectif d'aider à réunir les deux lignes de temps. Afin d'apporter un supplément d'émotion dans cette expérience, il a été décidé que Lord British n'apparaîtrait dans *Ultima On Line* que lorsque Richard Garriott est lui-même connecté. Le gouverneur du royaume sera donc bel et bien présent dans le jeu ! Toutefois, afin que l'action puisse se dérouler à tout moment, Garriott va disposer d'une hiérarchie d'avatars — des personnages artificiels préprogrammés — qui relayeront ses intentions à la population lorsqu'il n'est pas en ligne.

Pour corser l'intrigue, un personnage s'oppose au projet de fusion temporelle proposé par Lord British. Il s'agit de Black Thorn, un être malveillant qui avait

menacé Britannia dans *Ultima V*. Si l'on réunit les deux lignes de temps, Black Thorn cessera d'exister dans ce monde parallèle où il se sent bien et redeviendra un personnage noir. Il ne veut donc en aucun cas de ce retour dans un passé. Lors du déroulement *d'Ultima On Line*, Black Thorn est également interprété par un individu en chair et en os : Starr Long, le directeur du développement. Chaque fois que Lord British demande de trouver certains objets, Black Thorn veille à ce que ses partisans les cachent et les éparpillent dans les bosquets ou donjons du royaume.

En novembre 1995, une annonce apparaît sur le site Web d'Origin, afin d'inviter des gens du monde entier à participer au test d'*Ultima On Line*. Dans la journée, le plein est effectué — des milliers de réponses affluent mais seuls deux cents participants sont sélectionnés pour le premier essai. Divers membres du personnel d'Electronic Arts se joignent à une expérience qui ne doit durer que dix jours.

À une heure précise, les modems s'activent depuis Montluçon, Nashville, Tokyo, Casablanca... Les joueurs découvrent des décors léchés en deux dimensions, reflétant une ambiance médiévale relayée par une musique évoquant le premier millénaire.

Au démarrage du test, Richard Garriott se connecte et arpente Britannia en qualité de Lord British avec son armure noire et son sceptre royal. Il croise alors un quidam.

— Salut!

L'étranger s'arrête et répond :

— Bonjour, Lord British !

Excité par cette première rencontre, Garriott demande à l'inconnu :

— Dans quel coin de la planète es-tu ?

— Je suis dans la ville de Trinsic.

L'avatar vient de nommer l'une des villes d'*Ultima*.

— Non... Ce que je voudrais savoir c'est dans quelle ville du monde tu te trouves actuellement ?

— Trinsic.

— Blague à part! D'où es-tu?

— Trinsic.
— Allez!... Quelle est ta fonction?
— Je suis un travailleur des champs.
— Comment t'appelles-tu?
— Gilberto.

Garriott réalise alors qu'il est en train de discuter avec l'un des personnages artificiels qu'il a lui-même conçus — des avatars se comportant à la manière d'humains, mais totalement programmés. Au cours de son premier contact, il a été mystifié par un personnage de son propre jeu !

Le seigneur des lieux ne tarde pas à croiser un joueur authentique qui dit être de Scandinavie. La conversation s'engage alors naturellement : quelle heure est-il là-bas ?, quel temps fait-il ?, que fait-il dans la vie réelle ?... Lorsque la magie de l'aléatoire met en contact deux êtres du bout du monde, l'expérience est palpitante.

En avançant dans la ville, Garriott découvre qu'un attroupement s'est formé autour d'une maison. Il s'enquiert alors de ce qui se passe et un hallebardier lui explique la chose :

— Comme il n'y a pas grand-chose à faire dans cette version test, Lord British, l'un des avatars a décidé d'organiser des duels dans cette masure.

Chaque fois qu'une joute est organisée, les curieux se rassemblent autour de la demeure, lancent des paris et manifestent leur soutien à l'un des combattants par de chaudes invectives.

Garriott découvre bientôt que l'une des premières guildes formée par les testeurs du jeu s'est intitulée « Allons éliminer Lord British ». Comme le créateur du jeu n'apparaît qu'à des moments imprévus et ne reste connecté qu'un court laps de temps, des messages font la navette entre les membres, chaque fois qu'un avatar aperçoit le roi de Britannia. Les guerriers de la ligue gagnent alors un endroit précis et tentent de traquer le seigneur des lieux. Mais peu de temps après, une nouvelle guilde est spontanément constituée : « Protégeons Lord British ». Les membres de ce groupe prennent l'habitude de se déplacer de manière discrète dans le sillage de leur maître à la manière d'un groupe d'agents secrets. Des agents doubles ne tardent pas à se manifester avec pour mission d'infiltrer la guilde opposée.

Celui qui entre dans le monde *d'Ultima* doit choisir en premier le rôle qu'il entend y tenir. Il peut choisir de rejoindre le camp de Lord British, ou celui de Black Thorn, ou encore adopter un rôle neutre — boutiquier, capitaine de bateau...

S'il décide d'être un guerrier au service de Lord British, l'avatar doit choisir une quête, comme par exemple dénicher une épée mythique aux pouvoirs extraordinaires. Pour ce faire, il devra trouver des partenaires acceptant de se joindre à une telle expédition. Celle-ci peut nécessiter d'entrer dans un château truffé de pièges, dont l'enceinte est protégée par des gardes trop nombreux pour qu'il soit possible de les affronter seul ou de terribles animaux sanguinaires. Les stratégies d'attaque et de défense paraissent aussi diverses que l'imagination humaine. Pour corser le tout, il n'est pas possible de savoir *a priori* si l'un des compagnons que l'on a choisi ne va pas se comporter comme un traître à un moment crucial. Aucun jeu classique à base d'intelligence artificielle ne peut donc prétendre apporter un tel niveau de suspense et d'imprévu.

Si le joueur n'est pas favorable aux émotions fortes, il peut se contenter d'être un vendeur de pommes (ce fruit ayant la vertu d'augmenter les « points de vie ») et doit aller cueillir des agrumes afin de pouvoir vendre à d'autres joueurs. Avec l'argent accumulé, il peut établir une ou plusieurs échoppes et grâce à sa fortune acquérir une influence de plus en plus grande dans la vie de la cité. Le monde *d'Ultima On Une* étant composé de plusieurs îles, il faut parfois dénicher un bateau pour se rendre de l'une à l'autre. Il est donc possible aux membres d'une guilde de s'allier avec un richissime vendeur de pommes et le persuader d'acheter un navire, en lui faisant miroiter divers avantages telle qu'une protection rapprochée.

Pendant une dizaine de jours, se déroule une

incroyable réplique de la comédie humaine. À partir de Perros-Guirec, un guerrier va interagir avec un homologue de Pékin ou du Venezuela, essayer de l'anéantir ou bien se mettre en équipe avec lui pour voler les effets d'un autre personnage, attaquer un donjon, partager le butin... Chacun se projette dans le personnage qu'il a sélectionné et vit au rythme de l'évolution de celui-ci et de ses semblables. C'est toutefois la rencontre inopinée entre avatars qui est souvent la plus étonnante. Si un guerrier porte de beaux vêtements dérobés à un chevalier qu'il a tué, d'autres joueurs peuvent l'interpeller et lui demander comment il a pu se procurer de tels atours. Et la plupart des participants prennent l'habitude de demander à quel niveau du jeu est parvenu l'interlocuteur :

— Tu es de quel niveau, toi?
— 5. Et toi ?
— 37.
— Wow!... Comment as-tu fait?

L'avatar de niveau 5 sait que son homologue peut le tuer en un nombre de coups réduits, du fait de son rang supérieur. Il paraît donc préférable de s'allier avec lui, d'autant que cette capacité peut être utile dans l'assaut d'un château ou d'un monstre.

Le plus étonnant est de voir que les participants d'une telle *commedia dell'arte* se prennent au jeu au point de reproduire naturellement les travers ou réflexes de la société réelle. Ainsi, lorsque quelqu'un développe une aptitude, il est tenté de s'allier avec d'autres pour la pratiquer à plus grande échelle.

Un avatar malicieux découvre que lorsque l'on clique dans le dos d'un personnage, son sac à dos s'ouvre et que l'on peut lui dérober des affaires à son insu. Il lance alors un appel à la constitution d'une guilde des voleurs.

— Il faut que nous nous entraînions mutuellement à opérer des larcins sans que leur propriétaire ne s'en aperçoive, lance l'initiateur de ce projet.

Des séances d'entraînement sont effectuées entre émules d'Arsène Lupin. Une fois la pratique assimilée, des groupes de deux complices se rendent en ville selon

un scénario bien rodé : l'un aborde un étranger et l'autre en profite pour se placer derrière afin de lui dérober ses effets.

Ce qui devait arriver arrive. Certains joueurs, inquiets de la montée d'une telle déviance, décident d'y mettre bon ordre et de créer une guilde des protecteurs du citoyen. Le principe sur lequel s'accordent les organisateurs de ce corps d'élite est le suivant : « En dehors de la ville, chacun peut faire ce qui lui plaît. Mais à l'intérieur des murs, nous voulons que règne la loi. » En conséquence, ils se vouent à la punition du crime et à faire en sorte que les visiteurs du monde d'*Ultima* puissent déambuler dans les villes en toute sécurité. Afin d'être immédiatement reconnaissables de tous, les membres de cette police médiévale décident d'arborer un même aspect, avec casque sur le visage, tunique, robe longue, bouclier et épée. Ces gardes mobiles qui veillent au bon ordre public rendent une justice rapide et efficace : si un joueur se met à tuer tous ceux qu'il rencontre, il est capturé et jeté dans un cachot.

Le plus étonnant, c'est que cette même force de l'ordre auto-instituée prend bientôt des initiatives avancées pour régir la bonne harmonie de cette société et définit une liste de « comportements antisociaux ». Ainsi, ceux qui se déplacent nus dans les enceintes d'une ville se voient arrêtés!

Il peut paraître surprenant qu'au bout de quelques jours d'une expérience sans lendemain une société ait déjà commencé à s'autoréguler à un tel niveau. Mais en pratique ces tests préliminaires effectués par Origin ont eu pour conséquence de faire ressortir la nécessité de lois strictes, afin que la vie de cette société artificielle se déroule en bonne harmonie. Dans la version finalisée de *Ultima On Line*, chaque personne a une identité et un passé qui la poursuivra où qu'elle aille sans qu'elle puisse se dissimuler.

« Les gens ont une responsabilité sociale, explique Garriott. Je ne veux pas que des gens immatures rendent l'expérience déplaisante pour tous les autres. Si quelqu'un veut jouer un rôle malveillant, il devra se

résoudre à vivre l'existence d'un hors-la-loi. Il ne pourra entrer dans aucune ville d'*Ultima On Line* sans risquer de se faire arrêter par des gardes. S'il est prêt à faire le sacrifice de sa liberté, il en prend le risque. »

En mai 1996, à l'occasion du salon E3 qui se tient à Los Angeles, un nouveau test *d'Ultima On Line est* organisé pendant une semaine. Soudain, peu avant la clôture du salon, la nouvelle tombe : Lord British va apparaître et parler au peuple depuis son château. Très rapidement, la rumeur se répand parmi tous les joueurs disséminés sur la planète et un incroyable phénomène se produit. Un à un, nous les voyons se rendre sur les lieux du manoir afin d'entendre les paroles du maître. À l'heure prévue, des centaines d'avatars sont amassés sur le parvis du château royal. Comme il se doit, Lord British prononce un discours magnanime, dans lequel il remercie tous les participants de s'être joints à cette démonstration.

Hélas, suite à une indiscrétion, il ressortira que Garriott, indisponible à ce moment précis, a dû se faire remplacer par l'un de ses collègues. Si l'illusion a été parfaite, l'une des excentricités de ce monde est là : nul ne peut être certain de la véritable identité, du sexe ou de la position sociale de celui qui apparaît sous la forme d'un avatar !

Rafaël Colantonio, qui collabore à la filiale anglaise d'Electronic Arts, se souvient pour sa part du test d'*Ultima On Line* comme d'une expérience fabuleuse, indescriptible mais aussi éprouvante. « Je suis resté immergé pendant une semaine sans jamais pouvoir m'en décrocher. La différence avec un jeu normal est énorme. Dans les anciennes versions *d'Ultima,* lorsque l'on voulait prendre une pause, il suffisait de sauvegarder sa partie, et l'on pouvait reprendre le lendemain, ou même une semaine plus tard, comme si de rien n'était. À présent, si l'on quitte le jeu ne serait-ce que deux minutes pour se préparer un café, lorsque l'on revient, il est possible que l'on ait raté quelque chose. D'autres joueurs ont pu évoluer plus vite que soi, et cela peut avoir des conséquences énormes. »

Un joueur décrira cette expérience comme « aliénante » et ira jusqu'à confier qu'il redoute le moment où ce jeu va sortir tant il semble difficile de s'extraire de ce monde parallèle. « Je préférerais presque qu'il ne sorte pas, car alors je n'aurais plus de vie. » Le danger perçu par ce participant réside dans la perspective où certains prendraient goût à ces mondes parallèles. Et de soulever le risque de voir des individus dont la vie réelle serait morne s'abandonner à des aventures artificielles dans lesquelles ils puissent assumer un rôle plus glorieux. Certains pourraient même choisir de vivre en permanence dans cette illusion colorée, faisant leurs courses de manière interposée dans un supermarché en images de synthèse, se réunissant dans des salles virtuelles pour travailler, etc.

Le lancement d'*Ultima On Line* est intervenu en septembre 1997. Les premiers serveurs mis en place par Origin étaient censés accommoder trois mille participants simultanément, soit un volume de vingt mille abonnés. Mais la demande a été telle que la compagnie texane envisage d'installer des serveurs plus robustes — capables de supporter six mille connectés et dix fois plus d'abonnés — en divers endroits de la planète.

De tels jeux de rôles en réseau pourraient-ils influencer la civilisation à très long terme en favorisant la communication entre les peuples? Garriott s'autorise à y croire. « Il sera difficile d'expliquer aux gens qu'ils doivent aller s'entre-tuer s'ils ont appris à vivre ensemble dans les communautés virtuelles. » Ce qui ne l'empêche pas de demeurer lucide en ajoutant : « Mais il faudra attendre au moins une vingtaine ou une trentaine d'années avant de le vérifier. »

SIXIEME PARTIE

LE xxi^{e} SIÈCLE SERA LUDIQUE

CHAPITRE 17

FACETTES DE L'ÉCLOSION D'UN JEU

Le jeu vidéo est-il un art, ou un simple moyen d'expression? Hasard ou nécessité? Impulsion sublime ou exploitation savante d'une technique? Le débat est ouvert. Il a déjà eu lieu dans d'autres domaines. Certains prétendent que l'impressionnisme est né de manière spontanée et d'autres qu'il a été suscité par le fait que la photo venait d'apparaître et que peindre le réel ne représentait plus aucun intérêt.

De toutes les disciplines, celle dont le jeu est le plus proche demeure le cinéma. *Quake*, *Lighthouse* ou *Little Big Adventure* sont similaires à des films en ce qu'ils projettent le spectateur dans une autre époque, un autre lieu, un autre contexte par le biais de costumes, de sons et de décors. Et comme pour *Danse avec les loups* ou *Strange Days*, l'identification à un personnage est la clé d'une participation intense à ces quelques heures de grande illusion. Angoisses, frustrations, larmes et soulagement inespéré sont de la partie.

Si les aventures ludo-informatiques ne dérogent pas à la règle qui veut que l'on tente d'immerger l'observateur dans une réalité parallèle, elles s'en différencient par un aspect essentiel : le joueur est véritablement le héros, seul maître de son destin et le film qu'il déroule est en tout point unique. La séquence des scènes des *Aventuriers de l'Arche perdue* ou de *Casablanca* est immuable. En revanche, dans *Duke Nukem 3D* ou dans *Doom*, les itinéraires que peut emprunter l'aventurier aux prises

avec de grotesques aliens sont multiples, même s'il existe certains passages obligés. De plus, le joueur peut sélectionner un niveau de difficulté, ce qui l'amènera selon le cas à affronter des ennemis d'une perverse efficacité, et selon l'autre, des guerriers mollassons et longs à la détente. Les sensations de mystère, d'inquiétude et au final de jubilation seront donc différentes pour chacun.

Jusqu'à une époque récente, il ne manquait qu'un élément pour que le jeu puisse rivaliser avec son modèle : l'expérimentation collective que procure la présence d'un groupe dans une même salle obscure, et qui a pour effet de décupler les émotions. Mais avec l'avènement des jeux *via* Internet, le ludique est en mesure de procurer des sensations dépassant tout ce qu'ont pu apporter les arts de loisir jusqu'à présent.

Vue d'avion, la création d'un jeu est un mystère, tant le genre semble relever d'un dosage savant. La création d'un titre, tel que *Megarace II*, *Phantasmagoria* ou *Toonstruck*, ne s'apparente à aucune discipline précédemment connue! Elle résulte d'un très grand nombre de facteurs (scénario, interactivité, images, son, animations, programmation...) qui, par une incroyable magie, aboutissent à un spectacle interactif. Par la force des choses, l'univers du logiciel ludique attire une étrange faune de passionnés d'arts divers : bande dessinée, jeu de rôles, cinéma, littérature, images de synthèse, ordinateurs... L'amalgame de toutes ces frénésies combinées à l'évolution des techniques informatiques a produit un nouvel Hollywood. Avec pour l'heure un bonus : de par l'âge moyen de ceux qui y opèrent, les acteurs de ce creuset n'ont jamais peur de bousculer le *statu quo.*

La première étape, pour celui qui rêve de créer le nouveau *Myst*, le futur *Doom-killer*[1] ou une simulation de course automobile, consiste en un synopsis qui peut comporter entre trois et vingt pages. C'est avec ce simple document que les créateurs partent à la pêche aux financements. Un producteur alléché par la proposition peut débloquer une somme plus ou moins importante, selon l'équipe qui établit la proposition. Si l'atelier jouit d'une bonne réputation et a déjà réalisé un ou plusieurs hits, des millions de francs peuvent être alloués sur la simple présentation de ce document.

En France, les sociétés telles qu'Infogrames, Cryo, Cocktel Sierra, Titus, Ubi-Soft ou Silmaris ainsi que les filiales de multinationales comme Virgin, Electronic Arts ou Philips Interactive Entertainment reçoivent régulièrement de tels projets. Certaines propositions peuvent remonter jusqu'aux États-Unis ou au Japon, ou donner lieu à des joint-ventures internationales. Il faut en effet compter au minimum entre 3 millions et 5 millions de francs pour financer un titre en tenant compte des technologies actuelles.

Si la proposition soulève un intérêt, les concepteurs sont invités à établir une « bible », soit un document de plusieurs centaines de pages. Chaque personnage y sera imaginé dans les moindres détails. Quelle était la profession de son père ? Sa classe sociale ? Quels sont les examens qu'il a passés avec succès? Qu'aime-t-il lire? Quels sont les plats qu'il déteste? Est-ce qu'il fait des fautes d'orthographe quand il écrit?

Grâce un tel document, l'œuvre pourra être utilisée par divers auteurs ou réalisateurs et sur des supports différents — tous pourront se référer à cette bible afin de conserver une totale cohérence si le jeu fait l'objet d'extensions ou devient une série. Si le héros n'aime pas la confiture de poire dans un épisode, il est hors de question qu'il en déguste une avec délice dans un titre subséquent. « Étant donné que les images deviennent de plus en plus réalistes, le travail est le même que pour le cinéma et on ne peut rien laisser au hasard, explique Philippe Ulrich. Il faut imaginer les costumes, les décors, les personnages dans le moindre détail. »

La création du scénario lui-même suit un parcours particulièrement complexe, puisque pour chaque scène

1. *Doom-killer :* désigne un jeu qui est calqué sur *Doom* — fondé sur un environnement de combat souterrain — et prétend aller plus loin que celui-ci.

il est nécessaire de prévoir plusieurs choix possibles, suivre les divers cheminements, prévoir des points de recoupement, des rebondissements cohérents... Dans le cas du jeu *Lands of Lore II* de Westwood, le script comporte six cents pages de dialogues et l'histoire elle-même occupe trois classeurs épais. Il a fallu trois années pour écrire cette volumineuse trame.

Lorsque l'on demande aux auteurs de citer leurs sources d'inspiration, quelques noms surgissent inlassablement. Le romancier de science-fiction Philippe K. Dick arrive largement en tête et se voit cité par une grande majorité des intéressés. D'autres maîtres du genre, tels Asimov, Arthur C. Clarke, sont également de la partie, ainsi que H.P. Lovecraft et les auteurs de la mouvance « cyber », William Gibson, Bruce Sterling et Neal Stephenson. Mais un autre nom est fréquemment mis en avant, celui de J.R.R. Tolkien, des romans tels que *Le Seigneur des Anneaux* ou *Bilbo, le Hobbit* ayant eu une influence incommensurable sur la façon de concevoir des scénarios à base de quêtes entrecoupées d'énigmes. Au niveau du cinéma, quelques films semblent avoir particulièrement marqué les auteurs : *Blade Runner, Alien, Excalibur* et surtout *La Guerre des étoiles,* une œuvre qui aurait représenté un tournant pour de nombreux créatifs. En matière de dessin animé, Robyn Miller *(Myst),* Richard Garriott *(Ultima)* et d'autres insistent pour rendre hommage à Walt Disney, qui a eu le mérite en son temps de créer un genre nouveau.

Étant donné que le domaine a plus de vingt ans, un grand nombre de jeux interactifs font désormais partie de la panoplie des auteurs, *Myst, Alone in the Dark* ou *Civilisation* étant souvent considérés comme les œuvres de référence. Yuji Naka, qui a produit la série *Sonic* chez Sega, conseille aux créateurs de jouer au plus grand nombre de jeux possible. « N'y jouez pas simplement pour gagner mais de manière critique, en analysant leurs points forts et faiblesses. Essayez de voir de quelle manière vous pourriez les améliorer. Tenez également compte de votre propre expérience pour votre inspiration. Chaque fois que je fais quelque chose dans ma vie quotidienne, je me demande comment cela pourrait s'intégrer dans un jeu. »

Une fois le scénario ébauché, le travail des infographistes démarre. À eux de représenter les personnages, les décors, de créer les prises de vues... Un travail titanesque. Pour réaliser *Time Commando,* Adeline a reconstitué l'équivalent d'1,3 kilomètre en images de synthèse !

Le cinéma a rapidement stabilisé ses outils du fait qu'il était exploité à grande échelle dans des lieux publics et que l'objectif était de réunir des millions de personnes autour d'une même œuvre. La standardisation des projecteurs a donc freiné l'évolution de la technique. Dans le monde informatique, la palette et les pinceaux changent presque tous les six mois du fait de la grande rapidité des évolutions technologiques. La vitesse à laquelle les créateurs s'approprient ces nouveaux outils n'en est que plus étonnante.

À l'heure actuelle, les créatifs se retrouvent d'emblée avec des outils surpassant ce qu'Hollywood a eu pendant un siècle. Une caméra avec ses accessoires ne permet pas de réaliser aisément certains des effets que l'image de synthèse met à la portée de tous, tels que la plongée accélérée. Dans les années quarante, de telles vues étaient même inconcevables étant donné le poids (plusieurs tonnes) des caméras Mitchell qui nécessitaient une grue avec quatre opérateurs et un contrepoids. Avec l'ordinateur, tout est possible. Roland Oskian, fondateur de Cocktel Vision, insiste toutefois pour relativiser l'importance de la technique. « Un créatif qui n'a pas de talent particulier sur papier ne sera jamais bon avec un ordinateur », affirme Oskian.

Pour produire les séquences filmées de titres à la *Phantasmagoria* ou *Wing Commander IV,* il faut procéder à des tournages en réel, la tendance allant même vers les décors naturels plutôt que le fond vert. Dans le cadre du jeu *The Darkening* qui comprend quatre heures de vidéo, une cinquantaine d'acteurs parmi lesquels John Huit, Christopher Walken et Mathida May, ont travaillé

pendant quatre mois aux Pinewood Studios en Angleterre. Ironie du sort, ces scènes parfois intermédiaires coûtent plus cher à développer que l'écriture des parties jouables. Et pour les faire entrer sur CD-ROM, les éditeurs doivent développer des programmes de compression des images toujours plus sophistiqués.

Les programmeurs ont la dure mission de lier les séquences, donner vie aux personnages, les intégrer dans les décors, gérer l'interactivité avec le joueur, imprimer un rythme, une fantaisie ou une spécificité à l'ensemble. Une part du charme du jeu tient au coup de patte du programmeur, une aptitude qui semble relever du don et d'une pratique assidue. La façon dont se déplacent les personnages de *Little Big Adventure* doit beaucoup au « moteur » programmé par Frédéric Raynal, fondateur d'Adeline. De fait, les développeurs de talent sont l'une des denrées les plus recherchées par les éditeurs.

« J'ai longtemps cru que l'écart séparant les grands programmeurs des novices allait s'amoindrir, juge Michael Abrash, un ancien employé de Microsoft, auteur de plusieurs livres faisant autorité en matière de développement, et aujourd'hui membre de l'équipe de développement d'id Software. Mais en fait je pense qu'il s'élargit. Les gens ne sont pas en train de nous rattraper. Pour réaliser les jeux correspondant à l'état de l'art, il est nécessaire de disposer d'une immense base de connaissances. Et l'assimilation de celle-ci prend de plus en plus de temps. » Il n'existerait en fait d'autre solution que de plonger le plus tôt possible dans la programmation des ordinateurs. John Carmack, fondateur d'id Software, modère une telle opinion : « Quiconque se montre prêt à plonger totalement dans la programmation, à y consacrer la moindre de ses heures de veille, peut arriver jusqu'au sommet extrêmement rapidement. Il faut juste que vous soyez prêt à travailler sept jours par semaine, jusqu'à perdre connaissance, pendant une bonne année. Au bout du compte, vous serez devenu un programmeur hors pair. »

Pour les plus talentueux du lot, l'or est au bout du chemin. À 28 ans, David Perry est devenu millionnaire

en dollars, alors que douze ans plus tôt son salaire s'élevait à 3 000 francs par mois. Entre-temps, l'Irlandais a produit une série de succès mondiaux, dont *Earthworm Jim et Global Gladiators*. Il lui a souvent fallu travailler quatre-vingt-dix heures par semaine pour relever certains défis — comme la réalisation d'*Aladdin* pour Virgin en un trimestre. Mais la ténacité a été payante. Aujourd'hui, David Perry vit près de Laguna Beach dans un lieu idyllique, tout en continuant d'écrire des jeux au sein de sa société, Shiny Entertainment.

La réalisation d'un jeu prend couramment dix-huit mois et tout au long de cette période, un total black-out est de mise. Dans cet univers en ébullition, les idées représentent la denrée la plus précieuse qui soit et la principale hantise des dirigeants serait qu'un programmeur, emporté par son enthousiasme, évoque les travaux sur lesquels il planche lors d'un salon ou d'une réunion informelle. Le succès d'un jeu peut reposer sur une approche originale qui suscitera par la suite de nombreuses imitations. Etant donné les sommes en jeu, il paraît donc crucial qu'aucune information ne filtre des murs.

Chez Electronic Arts, dès lors qu'un employé est remercié, la première mesure de précaution consiste à fermer l'accès à son e-mail (messagerie électronique), afin qu'il ne puisse en aucun cas transmettre des documents secrets à une société concurrente. Cette situation peut même être une source d'angoisse. Lorsqu'un employé d'Electronic Arts n'arrive pas à lire son e-mail pour une raison technique, il a donc tendance à craindre qu'il vienne d'être licencié.

Au bout du compte, l'intégration des images, de séquences intermédiaires animées, d'une musique appropriée et de bruitages aboutit à un curieux mélange. Hubert Chardot, scénariste chez Infogrames, use d'une formule saugrenue pour expliquer ce qui fait cette étonnante alchimie. « Un bon titre est composé à 50 % d'une bonne technique, à 50 % d'un scénario construit de main de maître, à 50 % d'un environnement sonore adéquate,

à 50 % d'une bonne jouabilité... Si un seul de ces points n'est pas au rendez-vous, 50% de l'intérêt du jeu s'écroule. Toute la difficulté est là! »

Il demeure qu'en bout de chaîne se trouve la promotion qui n'est pas, il s'en faut de beaucoup, le poste le moins important. Pour lancer un produit dans le monde, il faut dépenser au moins trois fois plus d'argent que ce qu'a coûté sa réalisation, estime Ulrich, expliquant qu'il faut par exemple 15 millions de francs pour faire connaître un jeu aux États-Unis. Ce coût est tel que, dans certains cas, les producteurs préfèrent purement et simplement faire une croix sur un titre dont le développement a pu coûter 3 millions de francs, plutôt que de tenter un lancement qui paraît hasardeux. Qui sait, l'équivalent d'un nouveau *Sim City* dort peut-être dans les cartons?

CHAPITRE 18

LA FACE CACHÉE DE L'UNIVERS LUDIQUE

Bienvenue dans le temple des zombis. Édenté, décharné, squelettique, un semblant d'humanoïde agite frénétiquement ses membres ramollis sur une gouverne mauve, fluorescente, criante de vulgarité bubble-gum. Ils sont là, rassemblés mais désespérément isolés, au milieu des couinements d'autos tamponneuses que débitent des haut-parleurs grésillants, dont la peinture squameuse transparaît derrière des franges poussiéreuses. Maladifs, morts vivants, éteints, ils ont jeté l'ancre, abandonné les repères, famille, chinchilla, hamster et kit de maquillage. Les misérables piécettes d'un RMI malingre viennent s'engouffrer dans les fentes des dragons mécaniques. Le regard des marins scrute une mer agitée de scintillements spasmodiques, électronique paradis habité de simiesques polygones articulés, répliques de papier mâché d'une bande dessinée lumineuse, elfes sautillants ou kamikaze ailé.

Le réel a rendu l'âme. Le terrestre a lâché prise. Qui se souvient des émois d'antan? Déchiquetée, la marée des souvenirs ose parfois s'immiscer dans la forêt de pixels pour insinuer, le badigeon vacillant, quelques humeurs de matin perdu, le café desséché près des corps enivrés, galipettes hasardeuses dans un champ de luzerne, tendresse d'un sein blanchâtre, escalade d'un versant inique.

Les esclaves consentants de l'écran, de la manette et des clignotants sont-ils en train de préparer une généra-

tion mutante, ayant perdu le sens de la forme palpable, du charnel et de l'étreinte, pour se focaliser dans l'animation saccadée ou ondoyante de moniteurs vidéo? Si tel était le futur de la génération abreuvée de videogames, *1984* aurait trouvé son maître. La libéralisation de la drogue ludique permettrait d'engendrer un meilleur des mondes de jouissance codifiée, stimulée, assortie d'un système de valeurs autorisant l'encadrement à volonté des dépendants en perpétuel manque, et matérialisé sous forme de points de vie, de bonus, de niveaux supplémentaires accordés au plus astucieux, au plus valeureux, au plus persistant. Dans un délire méphistophélique, les militaires pourraient même détourner cette adresse au manche à balai en projetant, par une habile translation cartoonesque, les coordonnées de véritables avions ennemis. L'horreur maquillée en bande dessinée interactive! Ou comment manipuler des populations entières en détournant habilement la fièvre du « fun », du jubilatoire et de l'adrénaline surchauffée.

Heureusement, la réalité n'est jamais totalement conforme aux délires des visionnaires, qu'ils donnent dans le hideux ou dans Cendrillon. Et les prophètes de lendemains abjects ne font souvent que transposer leur propre terreur d'une situation inconnue, redoutée, indomptée. Leurs excès n'ont d'égal que l'imbuvable défense absolue du genre, dans laquelle se complaisent bien des magazines spécialisés. Tout comme le silex, les méduses, le chemin de fer ou le gamay, le jeu vidéo n'est dangereux que dans certains contextes, bien délimités.

De nos jours, il est impossible d'acheter le moindre jeu, même le plus anodin et le plus pacifique, sans que figure un texte d'alerte, intitulé « avertissement sur l'épilepsie ». Nous y apprenons que certaines personnes sont susceptibles de voir se déclencher de telles crises ou encore de subir des pertes de conscience à la vue de certains types de lumières clignotantes, mais aussi « lorsqu'elles sont exposées à certaines conditions normales de la vie de tous les jours ». Le même énoncé dénote le sérieux de son approche en affirmant un peu plus loin que ces mêmes personnes s'exposent à des crises lorsqu'elles regardent certaines images télévisées ou qu'elles jouent à certains jeux vidéo. Le flou cabalistique entretenu trahit le désarroi des rédacteurs d'un texte peut-être préparé à la hâte en vue de rassurer une opinion secouée par diverses manchettes alarmistes.

Les premières rumeurs d'un possible couple «jeux vidéo-épilepsie » remontent à 1981. Mais c'est le quotidien anglais *The Sun* qui a lancé la cavalerie lourde par sa manchette demeurée célèbre : « Nintendo a tué mon fils », en 1993. Un jeune citoyen de Sa Majesté avait trouvé la mort par étouffement suite à une crise qu'aurait précipitée la trop longue pratique d'un jeu sur la SNES. Il n'en fallait pas plus pour que la presse internationale, toujours avide de réveiller de vieilles angoisses, s'empare du sujet. Les avertissements sur l'épilepsie ont soudainement fleuri sur les jaquettes, dans les manuels et sous les blisters, à la façon d'une éruption cutanée.

Selon le magazine *Edge* qui a longuement enquêté sur le sujet (édition de janvier 1996), une cinquantaine de crises auraient été relevées en tout et pour tout depuis le début de l'ère des jeux vidéo. Une étude intensive menée par le journal *Pediatrics* et publiée en 1994 indique que seules les personnes déjà prédisposées seraient susceptibles d'expérimenter ces accès de convulsion suivis d'une perte de la conscience. *Edge* relativise donc le phénomène, arguant de ce qu'il ne devrait jamais toucher que 0,05 % des joueurs et qu'un tout petit nombre de ce lilliputien segment serait véritablement en mesure de développer la crise en version kinopanorama. En attendant, cette infime part du camembert sociologique justifie cette ligne de l'avertissement sur l'épilepsie : ne vous tenez pas trop près de l'écran. Une distance de trois mètres est généralement recommandée. D'autres conseillent le port de lunettes de soleil.

Un autre effet indésirable d'une trop grande gymnastique digitale résulterait de la tension répétée des mêmes groupes de muscles et ligaments. En matière de joystick-mania, la main et le poignet pourraient en venir à gon-

fier, le canal nerveux se réduire tout en étant soumis à une pression suffisante pour engendrer d'intenses douleurs, voire des paralysies partielles dans la main. Toutefois, de telles séquelles, loin d'être l'apanage du royaume des pixels, seraient observables dans toute activité invitant à l'utilisation excessive d'un membre du corps. Déjà en 1717, le docteur italien Bernardo Ramazinni en avait observé une variante chez certains écrivains, du fait du « mouvement perpétuel et uniforme de la main ». Toujours est-il qu'il est recommandé d'observer de fréquentes pauses — dix minutes par heure — lors de l'utilisation d'un jeu faisant abondamment appel aux clics et pressions.

Enfin, il est difficile de prévoir quelle sera l'emprise d'une fiction quelconque sur certains individus aptes à s'immerger de manière extrême dans un univers parallèle, qu'il s'agisse d'un jeu, d'un livre ou d'un film. Un joueur s'est donné la mort après avoir vu dans un miroir du jeu *Ultima VIII* un pentacle auquel il aurait attribué une signification fatale. Peut-on réellement tenir l'auteur responsable d'une déviance imprévisible? Il semble plutôt que de tels individus puissent s'accrocher à un motif quelconque susceptible de justifier une pulsion suicidaire.

Tout cela mène à la question inévitable: les jeux peuvent-ils favoriser un comportement violent? Posons la question autrement pour mieux faire ressortir l'absurdité de la problématique. La lecture des déjections pestilentielles d'auteurs haineux peut-elle instiller de telles idées chez le lecteur, et intensifier chez celui-ci les germes de racisme et d'intolérance en incubation? Si tel n'était pas le cas, pourquoi les écrits de Garaudy, Faurisson et divers pontes d'un courant pustuleux soulèveraient-ils une telle abjection? N'importe quel courant d'idées véhiculé à une certaine échelle influe sur les âmes.

Chaque type de jeu attire son propre public, tout comme le cinéma ou la littérature. Celui de *Myst* n'est pas celui de *Mortal Kombat* ou celui de *Flight Simulator*. Les listes de ventes montrent d'ailleurs une répartition des ventes proche de celle du cinéma avec la cohabitation de titres d'action, d'aventure et de violence. Le seul grand absent demeure le jeu à caractère romantique, un genre qui semble mal se prêter à l'interactivité.

Si les jeux ne transforment pas nécessairement le drogué ordinaire de *Street Fighter* en un sanguinaire porcelet, convaincu que la force brute est la meilleure des solutions aux problèmes de la vie, il est permis de se demander si la vue incessante de scènes gore peut engendrer une insensibilité aux souffrances réelles. En août 1993, des associations de consommateurs ont fait grand bruit à propos d'un jeu pour console Sega, *Night Trop*. Le jeu comportait quelques scènes de violences sexuelles sur des jeunes femmes dénudées et torturées. Faut-il interdire de tels jeux? Certaines enquêtes, dont une menée par Patrick Longuet, collaborateur de Canal Plus, tendraient à prouver que les adolescents ne seraient pas globalement affectés par de tels scénarios.

Soit. Admettons le bien-fondé d'une telle argumentation. Mais alors, il est permis d'émettre des doutes sur l'innocence de nombreux éditeurs. Car si une chose paraît flagrante et indiscutable, c'est que de nombreux acteurs du monde du jeu se servent clairement de la violence comme d'un outil de promotion. Et cet aspect des choses peut décemment sembler abject, tant il laisse apparaître une franche irresponsabilité en la matière.

Pour illustrer un tel propos, nous nous contenterons ici de citer trois extraits de publicités parues entre juillet et octobre 1996 dans divers magazines français spécialisés.

« Par jugement du 24 juin 1996, le tribunal de petite instance de Reloux-sous-Bois ordonne la saisie immédiate de tous les CD-ROM du jeu *Dawn of Darkness* en raison de la violence insoutenable des morts-vivants et des trop nombreuses scènes de carnage pouvant perturber l'ordre social. Il condamne donc par la présente la société Océan à distribuer gratuitement le CD-ROM de démo sur simple demande. [...] »

« Libérez votre colère et regardez vos opposants geler, se briser, s'évaporer et partir en flammes. Vous

regretteriez de manquer ça. Mort et destruction d'un rendu spectaculaire. *(Crusader* d'Origin). »

« Plongez dans une guérilla urbaine futuriste et sans pitié. Guidez vos commandos dans des combats acharnés. Tout peut être détruit. *(Bedlam* de Bullfrog). »

Certes, les éditeurs en question auront beau jeu de répliquer qu'ils ne font que satisfaire, en bonne logique commerciale méprisante des conséquences sociales et humaines, la demande du public. En 1993, Nintendo avait choisi de ne pas publier *Mortal Kombat* d'Acclaim, un titre dans lequel le joueur marque des points en arrachant le cœur et la colonne vertébrale de ses opposants. Un an plus tard, devant le succès de ce titre sur console Sega, Howard Lincoln, qui codirige Nintendo of America, a assoupli sa position, préférant autoriser la publication de *Mortal Kombat IL* Une étude du magazine *Clinical Pediatrics* ferait par ailleurs ressortir chez des écoliers une préférence marquée pour les jeux incluant de la violence (49 %), devant les simulations sportives (29 %). La catégorie ludo-éducative, si souvent citée dans les intentions d'achat d'ordinateurs, ferme la marche avec un maigrelet 2%. Puisqu'ils veulent du sang, donnons-en-leur, diront donc certains responsables du marketing. Ce même argumentaire qui faisait les beaux jours des spectacles romains, avec au menu des fiers félins quelques morceaux choisis de la gent chrétienne, continue d'être évoqué par certains vampires costumés. Mais il suffit de voir ce que cette attitude guidée par l'audimat a fait de la télévision pour être décemment inquiet. Notons qu'il serait réducteur de cantonner le problème à la seule violence. Marsha Kinder, auteur d'un essai sur l'influence des médias dans la culture des jeunes, déplore pour sa part le machisme qui serait véhiculé par le genre : « Dans la plupart des jeux vidéo, les femmes apparaissent comme les objets d'une mâle quête, des Belles au bois dormant attendant d'être sauvées par d'ardents combattants masculins. »

Un jeu véhicule, ne serait-ce que pendant quelques dizaines d'heures, un système de valeurs dans lequel peut se voir détournée la saine impulsion de l'adolescent

à vaincre et surmonter les obstacles. Comme l'éditeur est libre du message qu'il veut transmettre, le choix des bons et des méchants peut prendre une importance cruciale. Quiconque prétend à une virginité du genre voudra bien expliquer pourquoi les néo-nazis s'appuient avec délectation sur des jeux ouvertement racistes pour diffuser leur doctrine.

En février 1995, le magazine *New Statesman & Society* a révélé qu'un jeune Allemand sur cinq découvrait l'Holocauste par le biais des jeux vidéo. Le problème étant que, dans ces mêmes contrées, un adolescent sur dix prend plaisir à gazer juifs et Turcs par ce même biais. La raison en est que les néo-nazis ont choisi cette voie pour inoculer leur propagande auprès des têtes blondes germaniques.

Voici ce que l'on découvre sur l'écran d'un jeu au titre plus qu'explicite, *Le Nazi* : « Un jeune Turc vient à vous. Que faites-vous ? : (1) Je marche et le croise (2) Je lui donne une pilule de cyanure et lui dis qu'il s'agit d'un bonbon (3) Je lui assène un coup de poing dans le visage. » Si l'on choisit la réponse pacifique, le texte suivant apparaît : « Mauviette ! Pourquoi n'essayes-tu pas de le tabasser ? » Même la troisième réponse se voit sanctionnée par un message critique : « Bien trop mou pour ce sac de crasse ! » Seul le deuxième choix est correct, ce que le logiciel ponctue par cette annonce clignotante : « Bravo ! Mort aux Turcs ! »

Le même programme demande ensuite que faire si «quelqu'un vous traite de cochon de juif». Si l'adolescent répond, en toute sagesse : «je fais comme si rien ne s'était passé », le logiciel rétorque en laissant entendre qu'il n'est qu'un trouillard de youpin. La seule réponse qui trouve grâce à ses yeux est la suivante : « Je bute ce porc! » Elle se voit gratifiée d'un *satisfecit* en règle : « C'est la réaction correcte pour un Allemand. »

Voilà comment le système de valeurs artificiel qu'institue le jeu interactif peut être détourné pour instiller *a priori* n'importe quel type d'idées, y compris les plus abjectes. Pendant les quelques dizaines d'heures où il joue, l'adolescent est soumis à une notion du bien et du

mal qui peut être totalement arbitraire et contraire aux notions élémentaires de dignité.

Le jeu précité n'est pas un cas isolé. *K2-Manager* met en scène un camp de concentration avec son lot de svastikas et de cheminées fumantes. À l'écran, Heinrich Himmler, chef de la Gestapo, donne le ton de ce qui va suivre. « Lorsque tous les parasites de notre pays auront été gazés, l'économie allemande aura accompli un réel progrès. De telles bactéries répugnantes doivent être systématiquement et totalement exterminées. » Le jeu consiste alors à gazer le plus grand nombre de Turcs ! La récompense apparaît sous la forme d'une image du visage d'Hitler face à des piles de corps maculés de sang. Parmi les autres titres du même acabit figurent *The Hitler Show*, *Anti-Turk Test*, *Clean Germany* et *Aryan Test*.

Évidemment, de tels jeux ne sont pas en vente libre et circulent sous le manteau, par le biais de serveurs opérant dans le plus grand secret, ou sont adressés directement par la poste par des officines qui veillent à camoufler de tels titres au milieu de logiciels anodins. Mais une enquête réalisée en Autriche au début de l'année 1995 auprès de jeunes âgés de 10 à 19 ans, et publiée par l'édition de *New Statesman & Society* du 5 mai 1995, a révélé une audience étonnante. 21 % des adolescents adeptes de jeux vidéo connaissent au moins un jeu nazi, et 13 % avouent s'y adonner de temps à autre. Si 12 % reconnaissent posséder un tel jeu, un autre chiffre s'avère préoccupant: 30% des adolescents adeptes de jeux nazis jouent avec leur père. Mieux encore, 17 % de cette frange l'ont reçu comme cadeau de la part de ce même paternel! Quant aux motivations, elles sont pareillement édifiantes : la curiosité (57%), l'amusement (49 %), le caractère excitant (28 %).

Il est clair que n'importe quel média peut être utilisé à des fins de propagande, depuis les bandes dessinées jusqu'au cinéma. Mais le jeu vidéo a le triste mérite d'être le plus pernicieux, car il fait entrer le joueur dans un système comportant pertes et récompenses, incitant à s'impliquer activement, à surmonter les épreuves et à triompher. Il s'agit donc, incontestablement, de l'outil d'endoctrinement le plus puissant jamais apparu. Prendre conscience des effets pervers de ces aventures ludiques est essentiel si l'on veut voir le genre atteindre une sereine maturité.

S'il fallait pourtant résumer en un mot quel pourrait être l'effet pervers du genre en général, nous choisirions « excès » ou encore son cousin proche « monomanie ».

Comment ne pas s'alarmer lorsque le jeu vidéo devient le seul et unique loisir d'un individu? Comment ne pas tirer la manette rouge dès lors qu'il apparaît qu'il s'adonnerait à cet onanisme électronique aux dépens de toute autre activité et pendant des périodes extrêmes? Désolé pour les partisans inconditionnels du domaine, mais il ne renferme pas suffisamment de subtilité pour autoriser le développement de l'affectif, de la sensibilité artistique et culturelle, de l'imaginaire et du réel.

L'immense gamme des sources d'enrichissement du moi que confèrent la société et l'environnement naturel enfonce très largement le compétiteur malingre que pourrait être la console. Il manquera toujours aux jeux les parfums, le toucher, les changements de saison, la sensation du vent et de la pluie, le sensoriel.

La vie met le jeu KO, ajoutant ce surplus de malléable, de palpable, d'odorant, d'insidieux et d'imprévisible. Les millénaires d'épanouissement culturel imposent leur prestance sans rémission. Que les cartouches et CD-ROM se contentent de prendre leur place dans l'infinie panoplie des sources de passion. Tout comme le cinéma n'est qu'une illusion, l'écran informatique ne retransmet qu'un ersatz malingre de la magnificence authentique.

CHAPITRE 19

LA CHANCE FRANÇAISE

« Il nous est arrivé de créer un programme en deux jours!...» Hilare, Bruno Bonnell relate un invraisemblable épisode de la rocambolesque odyssée d'Infogrames. L'édition a presque toujours eu son lot de cahots, bouleversements et coups de théâtre. Mais parfois, il a fallu réagir au quart de tour dans une atmosphère à la *Mission impossible.*

En 1986, Matra-Hachette avait lancé *Alice,* un ordinateur personnel logé dans un petit boîtier rouge. Plus que jamais à l'affût d'une opportunité d'expansion, le capitaine d'Infogrames avait négocié sur le coin d'une table de restaurant un projet de jeu d'aventures : *Le Jeu des six lys.* Puis, une fois entré à Lyon, dans la frénésie des développements, réunions et batailles avec les banques, Bonnell en avait oublié *Alice* et son jeu.

Un matin d'octobre, le téléphone sonne à Villeurbanne et un responsable de Matra informe Bonnell que *Le Jeu des six lys* doit être livré, comme prévu, en banlieue parisienne, dans deux jours ! « Nous avons passé quarante-huit heures non stop à programmer le jeu », se souvient Bonnell avec nostalgie. Au milieu de la nuit précédant la livraison, la plupart des employés d'Infogrames ont dupliqué les cassettes une à une.

Des histoires telles que celle-ci, l'édition française du jeu en regorge. Les années quatre-vingt ont généralement vu éclore toutes sortes de structures opérant de manière anarchique, dans de joyeux capharnaiims.

Elliot et Olivier Grassiano, qui dirigent Microids, évoquent des nuits de fièvre à l'aube de la livraison d'un logiciel. Dans ces moments d'agitation extrême, même la comptable pouvait participer au conditionnement. À 2 heures du matin, Elliot appelait au domicile du directeur d'une société de duplication de Besançon, réveillant l'infortuné prestataire afin qu'il soit présent au péage de l'autoroute deux heures plus tard pour récupérer le « master ». Mais à l'époque héroïque où les jeux étaient diffusés sur cassette, nul n'était totalement à l'abri d'une erreur de manipulation. Certains des acheteurs du simulateur de vol *Air Attack* de Microids ont eu la surprise de trouver sur la bande une demi-heure de musique arabe.

Comme bien d'autres, Roland Oskian a démarré son édition, Cocktel Vision, dans son appartement. Comme il en était le seul et unique salarié, il devait jouer les hommes à tout faire, endossant un costume trois pièces pour opérer les tractations commerciales puis revêtant une combinaison de motard pour effectuer la livraison des programmes chez Nathan.

En cette époque fondatrice, il fallait avoir le feu sacré pour se lancer dans de telles aventures. Ingénieur de l'École centrale, Oskian aurait pu tranquillement couler ses jours chez Matra, où son imagination débordante doublée d'une adulation pour les mathématiques l'avaient amené à déposer plusieurs brevets, dont l'un concernait le pilotage à voile des satellites de communication par la pression solaire. Mais Oskian avait croisé la frénésie sur son chemin d'adolescent à Marseille : celle des groupes de rock qui l'emmenaient sur les sentiers de Santana, celle du cinéma de Truffaut, Hitchcock ou Spielberg. Cette effervescence, il la désirait dans son quotidien et son cœur prenait le large.

Oskian avait craqué vers le début de l'année 1985, à la suite du succès d'une simulation programmée sur le TO7 de Thomson dont il avait vendu, à sa grande surprise, 1 500 cassettes. Il avait alors démissionné de Matra pour fonder Cocktel Vision. Après quelques mois de programmation à domicile, il avait investi un cabanon au fond du jardin de la maison de son beau-frère.

Une faune hétéroclite et bariolée avait investi les lieux : Vietnamiens, Marocains ou Antillais venant proposer leurs services. « Pendant longtemps, nous avons vu des gens débarquer qui se présentaient comme le copain d'un copain et prétendaient vouloir réaliser un logiciel. Comme nous avions besoin de produit, nous prenions tout ce qui passait — il n'y avait pas à proprement parler de réflexion stratégique. » Malgré le caractère débridé d'une telle production, Cocktel commit plusieurs hits : *San Pablo, Cap Horn, Mewilo...*

Cette époque pionnière est bel et bien révolue. Les petites *start-ups* se sont structurées, organisées et ont rationalisé leur production. Si un soupçon de jouvence romantique subsistait parfois, l'entrée d'investisseurs dans le capital ou le rituel d'une introduction en Bourse ont contraint à une mise en ordre drastique. Il est vrai que l'échelle n'est plus la même. En 1997, suite à l'acquisition de l'édition anglaise Océan, Infogrames se situe parmi les dix premiers éditeurs de jeux au niveau mondial. De même, à la suite d'alliances américaines, la société qu'a fondée Roland Oskian est devenue une multinationale dont le chiffre d'affaires équivaut au tiers de celui de Microsoft.

L'édition française de jeux est une activité incroyablement florissante au regard d'autres secteurs similaires. Le cinéma est laminé par Hollywood, le dessin animé est dominé par les productions japonaises, et la musique que l'on entend le plus couramment à Bangkok comme à Sâo Paulo est anglo-saxonne. En matière d'œuvres de l'esprit, la part réservée aux productions françaises à l'échelle de la planète semble homéopathique, à l'exception d'un secteur culturel : le jeu vidéo. Dans ce domaine, la plupart des studios de création du terroir exportent plus de la moitié de leur production.

Flashback de Delphine et *Les Schtroumpfs* d'Infogrames se sont vendus dans le monde entier, dépassant le million d'exemplaires. Pour leur part, *Al Unser Jr. Arcade* de Mindscape Bordeaux et *Megarace* de Cryo ont été diffusés à 800 000 unités, ce dernier allant jusqu'à faire une courte percée dans le Top 5 américain.

De tels chiffres sont plus qu'honorables, lorsque l'on sait que chez Electronic Arts, un CD-ROM est considéré comme un succès international s'il dépasse les 200 000 unités.

Pour certaines entreprises, l'impact international s'est produit très tôt. Dès 1986, *Grand Prix* de Microids est sorti aux États-Unis sous le label Broderbund, atteignant des ventes étonnantes pour l'époque: 150 000 exemplaires. Elliot Grassiano, ancien ingénieur dans l'aéronautique, avait programmé intégralement ce jeu lui-même, allant jusqu'à en composer la musique.

Les éditions opérant dans l'Hexagone se sont progressivement muées en véritables empires, capables de tailler des croupières aux plus grands sur certains marchés. Ainsi, le produit ludo-éducatif *ADI* que publie Cocktel Vision depuis 1989 domine très largement sa catégorie, avec 1,5 million d'unités diffusées, sur le sol européen. Et pour toutes, la tendance est le développement international. Cette situation qui fait de plusieurs sociétés françaises des championnes de l'exportation est d'autant plus étonnante qu'elle est le plus souvent méconnue du grand public.

Installée à Montreuil, près du périphérique, dans un quartier tristounet d'une banlieue à l'urbanisme sauvage, l'entreprise Ubi-Soft ne paye pas de mine. Pourtant, elle dispose de neuf filiales étrangères et impose ses productions sur des territoires comme l'Australie ou la Chine. Une visite des locaux mène d'étage en étage à la découverte d'équipes assidues de programmeurs, concepteurs, animateurs, testeurs, hommes de marketing... Une véritable armada de la diffusion du logiciel qui, depuis 1994, a mis l'accent sur la production interne. Une mutation qui s'est traduite par une embauche hypermassive, la société étant passée de quarante à trois cent soixante-dix personnes en l'espace de trois ans.

La nouvelle orientation a commencé à donner ses fruits en 1995 avec plusieurs succès à l'export, dont *Kyeko* (ludo-éducatif), un produit traduit en treize langues et diffusé à 300 000 exemplaires. À la mi-1996, trente titres étaient en développement et Ubi-Soft ambi-

tionnait de réaliser 70 % de son chiffre d'affaires avec ses propres réalisations dès l'année suivante. Afin d'accroître ses moyens de production, la société est entrée sur le second marché boursier le 27 juin 1996.

À la tête de cette fourmilière se trouvent cinq natifs du Morbihan, les frères Guillemot, fils d'entrepreneur depuis trois générations. Affable et espiègle, le président Yves Guillemot mélange une malice toute paysanne avec une vraie passion du jeu. Conquérant tranquille, il va jusqu'à affirmer que la France aurait trouvé avec le multimédia l'occasion de prendre sa revanche, après la déconfiture de notre cinéma.

« La technologie 3D en France est tellement avancée et tellement époustouflante que les nouvelles équipes de logiciels françaises seront peut-être un jour reconnues comme une nouvelle école d'artistes, un peu comme les impressionnistes ou les expressionnistes en leur temps. » Nulle trace de chauvinisme dans de tels propos. Ils sont énoncés par un magazine américain qui fait référence dans le monde du jeu vidéo, le très respecté *Computer Gaming World.* Ils figurent en introduction à un article sur un jeu de Mindscape Bordeaux, *Dark Earth,* qui a laissé le reporter pantois.

Fondée par Nicolas Gaume en octobre 1990 sous le nom de Atreid Concept, Mindscape Bordeaux s'est acquis une réputation de perfectionnisme outré en matière de graphisme. Au cours du lancement de Windows 95, Bill Gates, président de Microsoft, est allé jusqu'à présenter l'une de leurs œuvres, *Al Unser Jr. Arcade,* comme exemple de réalisation remarquable en matière de jeu.

Existe-t-il bel et bien une *french touch,* c'est-à-dire une façon de concevoir les jeux qui serait propre à notre culture, tout comme notre cinéma a pu engendrer la Nouvelle Vague au début des années soixante? Le bouillonnant Jean-Claude Larue, qui préside Philips Media Publishing Europe, en est persuadé. « Les Américains que je rencontre me disent qu'il existe quelque chose de spécifique dans la production française. D'après eux, même les jeux ont un petit côté intello! »

Manny Grannillo, *senior producer* chez Mindscape, confirme de telles convictions, « Nous distribuons les produits de sociétés françaises telles que Cryo, Microids ou Mindscape Bordeaux. Je peux affirmer qu'il existe incontestablement une saveur spécifiquement française dans ce qu'ils réalisent. Leur créativité et leur imagination sont surprenantes. C'est comme si ces gars avaient l'énergie que les développeurs américains ont pu avoir autrefois. »

Si Grannillo dit vrai, la situation est d'autant plus étonnante que le genre demande des compétences dans divers domaines : scénario, cinéma, musique, décors, programmation, images de synthèse, sans oublier une avance technique quasi permanente. Or, ce cocktail détonant semble bel et bien répandu en terre de France. « Pour les Américains, juge Philippe Ulrich de Cryo, la France est la patrie des peintres et des dessinateurs de bande dessinée. Ils trouvent que nos jeux ont une personnalité particulière, une autre dimension. Pour eux, le génie français est un mélange qui tient de l'esthétisme des graphismes, de l'originalité des scénarios, d'une galerie de personnages hauts en couleur, le tout enrobé par une parfaite maîtrise technologique. »

Yves Guillemot, qui préside l'édition Ubi-Soft, explique l'apparition spontanée d'une telle école artistique en ces termes : « Notre culture est ouverte, la France est un pays de liberté où l'on peut vivre de façon marginale, le niveau, d'éducation et de culture y est important et l'on y trouve de bonnes écoles d'informatique. Au final, nous récoltons des créateurs de grande qualité, à la fois talentueux dans l'image, le son et l'interactivité. » Bonnell effectue la même analyse tout en se montrant plus dense : « Les Européens ont l'avantage d'être immergés en permanence dans un environnement culturel. La combinaison culture et technologie a donné naissance à une génération d'artistes modernes. » II attribue au passage la qualité des programmeurs français aux orientations gouvernementales adoptées dans les années soixante : « Les mathématiques modernes ont supplanté les mathématiques formelles. Nous avons

ainsi formé de véritables bataillons de techniciens abreuvés de la logique informatique et cela nous a amené la deuxième industrie de logiciels du monde. »

Pourtant, si le versant créatif est ensoleillé, la situation est loin d'être aussi placide sur le plan financier. La plupart des studios de développement ont traversé des périodes noires et encore aujourd'hui, en dépit de succès mondiaux, le baromètre demeure rarement longtemps au beau fixe.

16 juillet 1996... Dans son bureau lové au sein d'une cour ensoleillée du boulevard Haussmann, Paul de Senneville a tout pour jubiler. *Fade to Black,* le jeu conçu par l'un des samouraïs de Delphine Software, Paul Cuisset, vient d'entrer directement à la première position des ventes en Europe. Le timide Cuisset opère selon un modèle précis, arrivant chez Delphine à 14 heures, ressortant à 21 heures pour dîner, avant de se remettre à programmer jusqu'à 6 heures du matin. « Si ce n'est pas lui qui programme, il manque quelque chose au jeu », plaisante Senneville.

Pourtant, Delphine Software est mal en point et son mentor fait la tournée des investisseurs, à la recherche d'un prêt à long terme. En dépit de succès mondiaux, la division jeux vidéo de l'entreprise est déficitaire. À la suite d'un paiement insuffisant de royalties sur le jeu *Flashback,* Delphine Software a poursuivi l'éditeur Us Gold devant les tribunaux américains. Alarmé, le géant Electronic Arts a alors décidé de suspendre ses versements jusqu'à nouvel ordre. Faute de pétrole, la machine à produire des best-sellers est grippée. Pourtant, Senneville peut se targuer d'un sans-faute impressionnant dans ses publications, qu'il s'agisse de celles réalisées sur place par Delphine Software ou celles de la filiale lyonnaise, Adeline Software. Tous les titres maison ont été des succès. Mais pour Paul de Senneville qui continue de gérer la carrière du pianiste Richard Clayderman, le secteur du jeu vidéo est loin d'avoir manifesté une rentabilité comparable à celle de l'édition musicale, en raison de l'ampleur des investissements. « La part des jeux dans nos revenus est encore faible au vu des dépenses

que nous avons été amenés à faire. La production d'un titre nous coûte un million de francs par mois. Un jeu coûte de 7 millions à 12 millions de francs —- le budget se rapproche de celui d'un film de série B. » À la fin de l'année 1996, les espoirs reposaient sur *Dragon Blade,* un dessin animé en 3D réalisé par Paul Cuisset, et aussi *Little Big Adventure II,* suite tant attendue du chef-d'œuvre réalisé par l'équipe de Frédéric Raynal.

Havre de bien-être pour les développeurs qui sont traités en artistes libres de leurs choix, Delphine opère selon un modèle, l'édition familiale, qui pourrait malheureusement disparaître à terme. Pour de nombreuses entités, le salut est venu de la diversité, par une activité de production pour le compte de commanditaires très variés, ou la revente sous licence de titres créés par d'autres. La logique qui anime aujourd'hui l'édition est fondée sur une réalité : 98 % des revenus mondiaux proviendraient de 2 % des titres existants. À tort ou à raison, un grand nombre de sociétés en ont déduit que de la diversité viendrait le salut et que seule la diffusion d'une pléthore de titres donnerait la chance d'entrer dans le cercle fermé des hits internationaux.

Le studio Titus Interactive a décidé sur le tard d'opérer une telle diversification. Créé en 1986 par les frères Caen, cette édition s'est établi une réputation suffisamment forte pour faire partie des rares éditeurs retenus pour développer les titres de la Nintendo 64. Mais comme l'indique l'étude financière d'introduction en Bourse de cette société publiée en 1996, « à l'inverse de son concurrent Infogrames, Titus Interactive a toujours privilégié la création de ses propres jeux interactifs, plutôt que l'achat de licences d'exploitation. Cette politique n'a pu permettre un véritable décollage du chiffre d'affaires. [...] Sans abandonner son originalité créative, le groupe entend se donner les moyens, grâce au marché boursier, de renforcer sa gamme de produits, augmentant ses chances de créer un ou deux tubes mondiaux ». La logique qui consiste à inonder le marché de titres a pourtant de quoi inquiéter, puisqu'elle a conduit à la fameuse débâcle du jeu vidéo en 1983. Il demeure que pour

l'heure une part importante de la production est d'une qualité honorable.

S'il est une constante dans l'histoire de la quasi-totalité des éditeurs français, c'est le manque cruel de soutien de la part des banques et organismes de prêts. De telles institutions se sont le plus souvent montrées d'une frigidité et d'une absence de vision à long terme qui en disent long sur la paralysie intellectuelle et le conservatisme pathologique de la plupart d'entre elles.

Particulièrement grave apparaît le peu de confiance que maints établissements financiers se montrent prêts à accorder à des entreprises qui ont pourtant fait leurs preuves.

En 1989, Cocktel Vision signe la licence de plusieurs héros de bande dessinée et produit alors des jeux autour des personnages d'Astérix, de Blueberry et Lucky Luke. Pour la première fois, les portes de l'exportation s'ouvrent et les disquettes prennent la direction de l'Allemagne, de l'Espagne et de l'Italie, avec des ventes qui atteignent les 50 000 exemplaires. Malgré cette expansion, les devises tardent à repasser la frontière et la société traîne un passif conséquent. Roland Oskian n'est pas près d'oublier la date du 30 septembre 1989 : « Le même jour, le CCF et la BNP nous ont lâchés. » Suite à une lutte désespérée, l'entité ne devra sa survie qu'à l'indulgence d'une responsable de la BPC. Au vu de l'expansion internationale réalisée depuis par Cocktel Vision, on prend la mesure du gâchis évité de justesse.

Pour de nombreux éditeurs, le droit à l'erreur a été minime lorsqu'il n'a pas été fatal. La société Microids avait progressé de manière régulière jusqu'en 1989, avec deux titres publiés aux États-Unis, *Grand Prix* et *Superski*. L'entreprise fondée par les frères Grassiano avait alors développé un simulateur de vol acrobatique en formation pour Broderbund, *F18A Hornet*. Gary Carlston, de Broderbund, avait négocié pour l'occasion la licence d'une équipe de pilotes émérites, les Blue Angels. Après huit mois de développement, Elliot Grassiano apprend qu'un autre éditeur, Accolade, se prépare à publier de manière imminente un jeu du nom de *Blue Angels*. Un

appel paniqué à Carlston fait découvrir les dessous de l'histoire. Broderbund n'a tout simplement pas obtenu une licence exclusive! Une course contre la montre s'engage alors entre les équipes de part et d'autre de l'Atlantique. Au final, Accolade coiffe Microids sur le poteau. Piètrement réalisé, *Blue Angels* fait un flop. Broderbund décide alors qu'il vaut mieux arrêter la production de *F18A Hornet*. Pour la petite édition de Rueil-Malmaison qui compte alors dix-huit employés, ce revers est cuisant, puisque les revenus de l'année dépendaient de la sortie de ce titre. L'agence de la Société générale qui suit les comptes s'affole. Le banquier commence à appeler quatre fois par jour avant de retirer son soutien. Elliot Grassiano est contraint de licencier les deux tiers de la société et, faute de moyens, Microids se voit réduit à effectuer des prestations de services telles que l'adaptation de *Prince of Persia* pour Broderbund. Il faudra attendre jusqu'en 1991 pour que Microids reprenne des couleurs, suite à la sortie de *Grand Prix 502*.

Un grand nombre d'éditeurs n'ont pas survécu, faute d'avoir à leur tête des dirigeants dotés d'un pouvoir de persuasion à la Bruno Bonnell ou Roland Oskian. Et les bastions qui ont ainsi été perdus ont amenuisé d'autant le potentiel d'export français. S'il est un enseignement à tirer, c'est qu'il faut réformer le système bancaire afin d'y accueillir des femmes et des hommes plus ouverts sur le monde en évolution. Quel éditeur n'a pas eu à subir le méprisable comportement de directeurs d'agences timorés et avant tout soucieux de ne pas faire de vagues?

Si une autre plaie a longtemps frappé les studios français, c'était celle du piratage. « À l'époque où les jeux étaient diffusés sur disquette, sur un jeu vendu, il y en avait dix qui circulaient », affirme Grassiano. Ce vol de propriété intellectuelle a pesé lourd dans les résultats de tous les éditeurs français, qu'ils s'appellent Infogrames, Loriciels, Cocktel Vision ou Ubi-Soft.

Vers la fin des années quatre-vingt, lors des salons, il était courant qu'Atari France installe une cinquantaine

d'ordinateurs et laisse les gamins copier librement les jeux. Le constructeur ne refrénait en rien une telle pratique, étant essentiellement intéressé à diffuser ses machines. L'un des arguments de vente parfois utilisé était même qu'en achetant un Atari ST, l'utilisateur pouvait se procurer des centaines de jeux gratuits.

Chaque fois qu'ils observaient un tel pillage, Philippe Ulrich et ses collègues avaient pris l'habitude d'aller éteindre sauvagement et par surprise les Atari ST. Aux protestations de l'adolescent, les programmeurs rétorquaient :

— Les jeux que vous êtes en train de copier, ce sont nous qui les avons écrits ! Si vous voulez que nous puissions en créer d'autres, il faut que vous arrêtiez de les pirater.

À partir de l'année 1993, la situation s'est nettement améliorée, le CD-ROM, nouveau standard pour les jeux, étant fort difficile à dupliquer. Mais avec la baisse du prix des graveurs de CD, le piratage aurait redémarré. Il représente encore aujourd'hui une réelle menace, car les coûts de production se sont amplifiés démesurément, rendant la rentabilité des titres plus hasardeuse.

« Au début des années quatre-vingt-dix, un jeu multimédia coûtait 2 ou 3 millions de francs et pouvait en rapporter 10, explique Oskian. Aujourd'hui, un projet nécessite couramment cinquante à soixante personnes et les coûts se situent davantage aux alentours de 20 millions. Un éditeur ne s'estime satisfait que si le jeu a rapporté au moins 100 millions de francs. » Alain Le Diberder déplore que la vogue des images de synthèse et des séquences cinématographiques ait amplifié les budgets d'une manière caricaturale. « Pendant vingt ans, le jeu vidéo a permis le succès d'outsiders : *Doom, Tetris*... Des jeux dont le coût de développement était minimal. Aujourd'hui, avec l'incrustation de séquences filmées, les investissements se chiffrent en millions de dollars et les risques ne sont plus à la portée de petites équipes. Dans un produit à la *Wing Commander IV,* 80 % des investissements vont dans des séquences vidéo plutôt que dans le jeu lui-même. »

Le risque sous-jacent à une telle dérive des coûts serait de voir le jeu passer dans l'escarcelle des grands groupes. Electronic Arts, Microsoft, Virgin Disney ou Sierra ont les moyens de financer des projets souvent hors de la portée des éditeurs français. Or, Européens et Américains ne jouent pas à armes égales pour plusieurs raisons, la première étant de nature géographique et sociologique. De par l'ampleur d'un marché de deux cents millions d'âmes avec une moitié de foyers équipés d'ordinateurs multimédias, une entité américaine peut raisonnablement rentabiliser un titre sur le seul marché national. L'export apparaît alors comme une opération de pure bénéfice.

La situation est totalement opposée pour l'éditeur français, forcé d'exporter pour survivre ! « Notre marché n'est tout simplement pas suffisant pour amortir les frais de développement, dit Guillemot. Nous sommes donc obligés dès le départ d'adapter notre production au monde entier. »

Les coûts initiaux supportés par un éditeur français sont d'autant plus importants que le marché européen oblige à prendre en compte quinze langues différentes et fonctionne de manière disparate au niveau de la diffusion. Ce déséquilibre des forces en faveur des éditeurs américains a déjà eu un précédent. Au cours des années quatre-vingt, des sociétés telles que Microsoft, Lotus ou Novel ont totalement éliminé leurs rivales françaises du secteur de la bureautique : qui se souvient de Talor, de Multilog ou d'Évolution? Philippe Quéau, créateur de la convention Imagina et aujourd'hui membre de l'Unesco, estime qu'il est urgent d'agir au niveau politique, économique et industriel. « Nos dirigeants n'ont pas encore réalisé la nature stratégique de cette industrie et la chance que nous avons de pouvoir exporter nos jeux. »

L'écueil se situerait encore et toujours avant tout au niveau des capacités d'investissements européennes. « Aux États-Unis, des nouveaux venus à la Yahoo peuvent dégager du jour au lendemain un milliard de dollars. Chez nous, les investisseurs sont trop prudents. Alors que c'est en ce moment même qu'il faudrait

prendre des risques, et savoir perdre de l'argent pendant quelques années pour prendre position », dit Oskian qui parle en connaissance de cause : il n'a cessé de rencontrer des grands présidents-directeurs généraux de sociétés françaises afin de les inciter à entrer dans le secteur du multimédia et n'aurait rencontré que des réactions timorées. « Ils disent qu'ils aimeraient bien prendre une petite part, alors qu'il faudrait frapper de grands coups. »

Lorsque l'on observe la situation de cette industrie dynamique et rayonnante, l'absence de l'État paraît d'ailleurs criante. Les aides à la publication de jeux sont de nature homéopathique, lorsqu'elles existent. Pourtant, la plupart des éditeurs ne les appellent pas de leurs vœux. L'absence de subventions a peut-être été une chance, un stimulant qui a favorisé l'émergence d'une génération spontanée, n'ayant que faire de l'institutionnel. L'essence du jeu vidéo se situe dans l'indépendance, le banco, le risque et l'insouciance juvénile. « L'une de mes hantises, affirme Jean-Martial Lefranc, cofondateur de Cryo, est que l'État s'avise soudain de dépenser des sommes astronomiques pour développer ce secteur et que débarquent alors un tas d'intervenants qui n'auraient aucun mérite à y opérer. Le risque serait qu'ils se mettent à développer n'importe quoi et déstabilisent le marché. »

La comparaison avec le secteur protégé à l'excès du cinéma est inévitable et ne va pas sans susciter des sarcasmes. «En matière de film français, si l'État débranche la perfusion, tout le monde meurt », raille Hubert Chardot d'Infogrames. « Notre chance est de ne pas dépendre du CNC, surenchérit Ulrich. Ce serait comme chausser des chaussures en plomb. 90 % des projets des jeunes réalisateurs sont financés par l'avance sur recettes. Or, celle-ci manifeste un goût très particulier, qui est très loin de couvrir le spectre de ce qui attire les gens dans les salles. »

II n'empêche que d'aucuns apprécieraient de voir les deniers publics alloués à une cause qui, à tout prendre, va dans le sens d'un meilleur PNB. « Je ne suis pas favorable à un système de subventions, car alors il n'y aurait pas d'obligations de résultats, explique Elliot Grassiano. Personne n'a intérêt à voir apparaître des produits de piètre niveau. Mais puisque les banques n'ont toujours pas d'outils de financement à nous proposer, l'État pourrait aider l'édition sous la forme de prêts remboursables et d'aides à l'exportation ou à l'adaptation. » La plupart des grandes sociétés n'ont pas eu le temps d'attendre que les institutions officielles s'extraient de l'hypnose qui les plonge dans des schémas passéistes et la plupart sont allées chercher leur second souffle dans des alliances à grande échelle. Cryo a fait entrer LVMH dans son capital. Atreid Concept s'est vendu à l'édition britannique Pearson et s'est vu rebaptiser Mindscape Bordeaux au passage.

En avril 1996, Infogrames a absorbé une édition britannique de taille similaire, Ocean. Le groupe issu de la fusion emploie six cents personnes et devrait dégager 7 millions de francs en 1997. La logique qui a animé Bruno Bonnell était celle de la « masse critique », explique-t-il. Le Lyonnais tente un parallèle avec les guerres du Moyen Âge. « À cette époque-là, les armées se rassemblaient et disaient : vous êtes combien? Si l'un disait : trois cents et l'autre : cinquante, ils préféraient ne pas se battre. » En clair, faute d'une croissance adéquate de l'édition française, le combat pourrait cesser faute de combattants.

Le président survolté d'Infogrames a le don de rassembler des investisseurs de tous horizons sur ses innombrables productions. Pourtant, malgré le succès de l'OPA réalisée sur Ocean, Bonnell subit les attaques de la presse financière, qui lui reproche le lent démarrage d'un service en ligne lancé en 1995, Infonie. Il s'en défend avec une fougue intacte : « Infonie est un projet sur quatre ans. Son décollage prendra quatre ans ! » L'homme, qui a adopté le tatou, animal à la longévité inégalée, pour symbole, se veut placide. N'a-t-il pas traversé d'autres tempêtes sans que son navire ne connaisse le sort du *Titanic?*

Cocktel Vision a acquis une véritable assise à partir

de novembre 1993, à la suite de la fusion avec l'éditeur américain Sierra. L'alliance n'a eu que du bon pour les deux parties : Cocktel a quadruplé son chiffre d'affaires aux États-Unis et Sierra le sien en Europe. Début 1996, la compagnie était évaluée à 6 milliards de francs au NASDAQ, bourse des valeurs high tech. Roland Oskian a alors concocté une alliance de plus grande envergure. En mai, un rapprochement a été opéré entre Cocktel-Sierra et Davidson (numéro deux américain de l'éducatif) et CUC (entreprise de marketing direct). La société qui est sortie d'un tel accord au cours de l'été 1996 génère un chiffre d'affaires global de 10 milliards de francs. Selon Oskian, seule une entité de cette taille serait en mesure de résister aux gigantesques conglomérats mis en place pour arroser la planète de produits multimédias. L'aventure prenait un nouveau tournant, et pourtant, Oskian a préféré en rester là. À 39 ans, il a quitté la société qu'il avait fondée en mai 1984. La raison de son départ ? Le fondateur de Cocktel ne trouvait plus d'amusement dans la structure qu'il avait fondée et a senti à nouveau l'appel du large. Fort des revenus boursiers engrangés par le groupe Cocktel-Sierra, le natif de Marseille peut s'autoriser deux années de réflexion en vue de préparer son retour sur la scène, un come-back qu'il envisage tranquillement aux alentours de l'an 2002.

Ubi-Soft a choisi de bâtir sa distribution internationale sur la présence de filiales, plutôt que dans la recherche de partenaires étrangers. Selon Guillemot, le marché américain ne serait pas plus complexe qu'un autre. « II faut créer une demande au niveau du consommateur, en produisant quelque chose de suffisamment original. Celui-ci ne se soucie guère de la nationalité d'un jeu. Nous sommes américains aux États-Unis et japonais au Japon. » Disposer de filiales expatriées serait crucial pour anticiper la demande. « L'antenne japonaise nous a permis d'être en contact avec des constructeurs tels que Sega ou Sony bien avant la sortie des dernières machines. » Ainsi, en septembre 1995, Ubi-Soft s'est retrouvé le seul éditeur européen à présenter un produit, *RayMan,* lors du lancement américain de la PlayStation aux États-Unis et ce jeu aurait connu un succès immédiat outre-Atlantique.

Foin des castes, des cercles avisés et des barbiches qui aiment à élucubrer sur fond de petits fours et de baise-main. Que le ministère de la Culture oublie les créateurs et les laisse opérer en roue libre. Pourrait-on arrimer le gluant technocratique à un vaisseau opérant en *warp speedi*

Mais si les gouvernants veulent absolument apporter une pierre tardive, qu'ils le fassent en termes de délestage, en allégeant de manière drastique les taxes et ponctions sur la *french touch.*

Car il y a là une folie opportunité! D'exporter d'autres galettes artistiques que les compilations d'Edith Piaf. D'autres images que des vidéos touristiques sur Paris. Tout en contribuant à créer des emplois par milliers, des emplois qui ont le mérite d'être « fun », dingo et addictifs.

Les éditeurs français apparaissent comme l'armée de la dernière chance. Ils ont du talent, une imagination débordante, de la vitalité et opèrent des percées remarquables, y compris chez les Yankees.

« Dans ce métier, nous sommes tous à armes égales », argumente Ulrich qui estime que le PC est appelé à devenir la télévision de demain, et que les titres tels que *Atlantis* ou *Megarace II* seront le cinéma du xxi^{e} siècle. « Le cinéma américain a épuisé toutes ses ressources de type *Star Wars, Indiana Jones, Alien...* Aujourd'hui, tout le monde se retrouve devant une page blanche. Celui qui gagne est celui qui parvient à dessiner l'avenir avec son ordinateur et son imagination. Où qu'il se trouve, il a les moyens de le faire. Si nous créons de belles histoires avec de nouveaux héros, nous pouvons être les Maîtres du Monde ! »

CHAPITRE 20

INTERNET EST L'AVENIR DU JEU

« Les jeux en réseaux représentent la prochaine vague du monde des loisirs », prédit Nolan Bushnell, qui affirme que la seconde révolution du jeu est en train d'arriver. L'homme qui a inventé *Pong,* le premier jeu vidéo, entend être de la partie, effectuant un retour en scène qui ne manquerait pas de surprendre. « Mon but est de permettre à dix mille personnes de jouer contre dix mille autres, à la télévision. Lorsque vous parvenez à impliquer autant de gens, par une simple extrapolation, chacun aura toujours un ami ou un membre de sa famille dans la compétition. Nous pourrions donc obtenir ainsi une audience minimale de dix à vingt millions de spectateurs. »

« En matière de divertissement sur le réseau, tous les éditeurs essayent en ce moment de trouver ce qu'il faut faire au juste, mais personne n'a encore trouvé la réponse », confie Louis Castle, fondateur de Westwood, une édition qui est à l'origine du plus gros succès de la période 1995-1996 : *Command & Conquer*. Un million d'exemplaires ont été vendus en l'espace d'un an et le jeu est devenu un classique immédiat. Dans les entreprises guindées de la côte Ouest, on a vu des cadres supérieurs sauter le repas de midi pour mieux s'adonner au combat stratégique par ordinateur interposé. Louis Castle a même eu la surprise de découvrir qu'on s'adonnait à *Command & Conquer* au ministère de la Défense des États-Unis... lequel s'est fendu d'un appel au siège de Westwood à Las Vegas. « Nous sommes très étonnés. *Command & Conquer* est très proche de ce que nous sommes en train de concevoir en ce moment pour la défense des États-Unis. D'où avez-vous obtenu vos informations? » Le Pentagone a été rassuré : les stratégies complexes étaient simplement sorties de l'imagination du créateur du jeu, Brett Sperry, cofondateur de Westwood.

L'avenir immédiat, pour ce laboratoire de produits de loisir interactif, passe clairement par Internet. Castle se plaît à rêver de jeux d'un nouveau genre qui feraient intervenir des centaines de participants, capables de discuter ensemble et de se voir le cas échéant. Une expérience totalement nouvelle qui cristallise les imaginations de ces créateurs d'univers inexplorés.

Le concept du jeu sur Internet n'est pas une nouveauté. Dès la fin des années soixante-dix, le réseau a vu se multiplier les « MUD » (Multi-User Dungeon : jeu de rôles multi-utilisateurs). Du fait des maigres capacités graphiques des ordinateurs de l'époque, les parties de *Zork* ou de *Colossal Caves* se déroulaient en mode texte : « Prendre Épée », « Aller vers le nord », etc. Nous étions loin des environnements graphiques 3D actuels avec leurs ombres et effets de lumière. Il n'empêche... Le plaisir d'interagir avec des inconnus suffisait à rendre l'expérience attachante.

En 1986, l'éditeur Kesmai, a lancé un simulateur de vol multi-utilisateurs, *Air Warrior* en mode graphique, sur Compuserve. Le producteur Denis Friedman, qui travaillait alors chez Broderbund, se souvient avoir eu un choc en découvrant ce jeu qui pouvait accommoder quatre-vingt-dix participants. « Ce jour-là, j'ai compris qu'une page venait d'être tournée. J'étais là avec mon avion, en train de jouer avec un autre pilote à New York, un autre à Frisco... Nous constituions une escadrille et allions bombarder une formation composée d'étudiants d'une université américaine sur le sol européen. L'émotion et le sentiment n'étaient plus du tout les mêmes. Lorsque l'on joue contre des humains, cela n'a plus rien à voir avec la soi-disant intelligence artificielle. »

Depuis 1994, la tendance est devenue claire : la plupart des jeux du futur devront permettre la rencontre de plusieurs participants par l'intermédiaire d'Internet. Chaque fois qu'il n'existe qu'une alternative, l'ordinateur ou bien un humain sur le réseau, la possibilité de se mesurer avec un individu l'emporte. Parmi les accrocs célèbres de ce nouveau type de divertissement figure Steven Spielberg qui se livre régulièrement à des combats aériens par le biais des lignes téléphoniques avec l'acteur Robin Williams.

La plupart des éditeurs ont pris acte du phénomène en publiant des titres qui dès le départ sont conçus autour d'Internet : *Duke Nukem 3D* (3D Realms), *CivNet* (Microprose), *Top Gun* (Spectrum Holobyte), *Descent* (Interplay), *Quake* d'id Software... Westwood s'est distingué par sa version interactive d'un grand classique du jeu de société, le *Monopoly*. Le logiciel est suffisamment intelligent pour adapter les noms de rues : lorsque l'on vend la rue de la Paix en France, un Britannique voit la transaction s'effectuer avec Oxford Street sur son écran!

La première fois que l'on démarre un jeu sur Internet, il paraît difficile de ne pas éprouver un certain frisson. La sensation la plus étrange vient de la possibilité de se mesurer avec des inconnus, au gré de la roulette du hasard. Nous sommes quatre à investir un même territoire, et à le voir sur nos écrans. Un branché de Londres lance des invectives tandis qu'il installe ses armes au bas d'une colline. Nous lui répondons sur le même ton, tout en déployant nos soldats sur le flanc adverse. Un gars de Barcelone entre dans la danse et manifeste à son tour ses intentions belliqueuses. Cette simple prise de contact est tellement prenante que l'on en négligerait de défendre ses positions. Se pourrait-il que l'on retrouve instinctivement cette disposition naturelle des enfants à jouer entre eux sans préambule?

La fusion du jeu et d'Internet est en train de briser l'un des moules essentiels de la culture des deux millénaires et qui voulait que chacun partage *a priori* la même expérience : le même livre, la même pièce de théâtre, les mêmes informations dans les magazines ou le journal télévisé. Le jeu au sein de communautés virtuelles inaugure un nouveau modèle : le film totalement unique pour chaque spectateur-participant.

Dans un tel contexte, chaque joueur développe sa propre histoire et le jeu vit sa propre vie. De cette façon, le spectacle restitue une diversité comparable à notre premier modèle, la Nature, qui semble ignorer aussi bien la duplication parfaite que la pénurie.

Les répercussions de ce nouveau modèle se feront sentir à tous les niveaux, qu'il s'agisse des nouvelles triées selon nos préférences, des publicités personnalisées qui nous parviendront, ou des rencontres auxquelles nous nous livrerons communément en fonction d'affinités interfrontières. Nous entrons dans un monde où la différence sera la norme. Par la force des choses, et en dépit de toutes les tentations vers le repliement individuel ou collectif que certains voudraient prôner, le xxi^{e} siècle se dirige de manière inéluctable vers l'ouverture, l'échange et la diversité. Et le ludique constitue la petite étincelle propre à accélérer le tout.

Au xxi^{e} siècle, lorsque certains évoqueront la télévision, ils penseront sans doute que ce média n'était qu'un brouillon. Le brouillon d'Internet.

Comment, penseront-ils, les humains pouvaient-ils supporter un média unidirectionnel, grâce auquel des millions de foyers recevaient les mêmes informations, prémâchées, prédigérées, pré-aseptisées ? Grâce au caractère protéiforme du réseau, chacun peut devenir producteur et consommateur d'informations et de spectacles. Cet état de fait est riche en potentiels pour les divertissements futurs.

Le jeu interactif et multi-utilisateurs permet une expérience plus riche que les divertissements qui l'ont précédé, dans la mesure où il s'apparente à un art total, puisant ses ressources dans le cinéma, le théâtre, le dessin, la peinture, le roman, l'animation et l'informatique.

Par l'ampleur de sa séduction, il semble appelé à prendre le relais de cet autre média d'intérieur qui depuis belle lurette a trahi son originelle mission : la

télévision... Quel gâchis! Quel monceau d'immondices soi-disant culturel, quelle accumulation de compromission, de bassesse et de frivolité vulgaire. Comment, par quel artifice pourrait-on faire croire que ce ramassis de talk-show débilitants, cacophonie de mélasse intello de bazar, pourrait jamais élever le niveau ?

Il y a beaucoup plus à apprendre dans *Sim City* ou même dans la résolution des énigmes de *Super Mario* que dans la majorité des sitcoms qui enrobent un 20 heures lobotomisé, véritable réplique de *1984*, mâtinée de sucreries. Il y a plus de beauté, d'aventure dans les îles de *Myst*, plus de rêve et de citadelles à conquérir dans un *Atlantis* que dans les programmes de la machine à abêtir pour laquelle nous versons bon an mal an une redevance forcée — quand bien même le poste ne servirait qu'à connecter une Nintendo 64!

Peut-être sommes-nous tout simplement à l'aube d'une explosion des vieux modèles. Nos sociétés n'en finissent plus de ressasser leur histoire et leurs schémas éprouvés bien qu'étriqués, faute de savoir s'inventer un présent délicieux. L'archaïsme benêt qui a tenu lieu de norme est en voie de désintégration sans retour. Ces restes d'un passé poussiéreux et grimaçant sont ancrés dans le xix^{e} siècle alors même qu'il faudrait sauter dans le xxi^{e} siècle.

Le ludique est un amplificateur évolutif, un accélérateur temporel qui va nous faire basculer dans une époque dont les lois ressemblent à s'y méprendre à celles de *Sonic* ou de *Toonstruck*. Le geyser est en route. Autant apprendre à surfer sur le flot d'une vague qui va engouffrer l'antédiluvien, laver cette rouille qui s'insinue dans le cauchemar éveillé qui ressemble comme deux gouttes d'eau à l'image que renvoie le poste du salon.

Le manipulateur de joystick est le guerrier d'une nouvelle armée, même si son combat ne pilonne jamais que des pixels qui ont atterri sur son écran après une course à la vitesse de la lumière depuis des milliers de kilomètres. Par-delà les distances, une mahousse hilarité se colporte autour d'une planète trop longtemps meurtrie.

L'ère du « fun » est irréversible.

ANNEXES

ANNEXE 1

PETIT GLOSSAIRE DU JEU VIDÉO

3D. Trois dimensions. L'emploi du terme 3D fait généralement référence à une technique particulière de représentation des objets en trois dimensions. Un jeu en 3D permet au joueur de changer de point de vue tout en conservant les effets adéquats de perspective, d'ombre et de lumière.

3D isométrique. Une technique de visualisation dans laquelle chaque scène est représentée « vue d'avion » avec un angle constant de 45 degrés par rapport au sol. Elle apporte une illusion de 3D à partir d'images 2D (en deux dimensions).

3D texturée. Désigne un affichage 3D dans lequel les surfaces des objets ont été « peintes » : elles apparaissent comme dans la réalité.

Adventure. Un jeu développé au tout début des années soixante-dix par deux étudiants de l'université de Stanford. Il mettait en scène — sous forme de texte — l'environnement d'un donjon et amenait le joueur à déambuler à travers une série de caves, afin de retrouver un trésor. En chemin, il pouvait avoir à résoudre des énigmes et à combattre des monstres.

Arcades. Les jeux d'arcades sont des systèmes dédiés intégrant un ou plusieurs écrans, des boutons, des joysticks, des volants... Ils fonctionnent avec des pièces ou des jetons. Le nom vient du fait que de tels jeux sont installés dans des salles spécialisées — appelée salles d'arcades aux États-Unis.

Beat them all. Littéralement « frappez-les tous ! ». Désigne un jeu dans lequel le joueur est censé exterminer systématiquement ses ennemis. Le plus typique d'entre eux est *Street Fighter IL*

Boss de fin de niveau. Un ennemi plus coriace que les autres, et que l'on rencontre à la fin d'un niveau. Il est nécessaire de vaincre ce « boss » pour pouvoir accéder au niveau suivant.

Handle. Le nom sous lequel un joueur se fait connaître sur un jeu multi-utilisateurs.

Jeu d'aventure. Un jeu dans lequel le joueur doit accomplir une mission sous la forme d'une série d'actions suivant un ordre précis.

Jeu de rôles. Désigne un jeu reprenant le principe des jeux de rôles sur table, fort populaires au début des années quatre-vingt. Le joueur dirige une équipe d'aventuriers dans l'accomplissement d'une quête, telle que la recherche d'un trésor. Chaque personnage dispose au départ d'un certain nombre de points d'intelligence, de force, de pouvoirs magiques, de capacité de guérison, etc. La série des *Ultima* est un excellent exemple de jeu de rôles.

Joystick. Manette de jeux.

MUD. Multi-User Dungeon. Un programme conçu dans le but de transmettre l'illusion de mondes, d'époques et de salles, par l'intermédiaire de descriptions écrites. Les joueurs se servent de commandes telles que « marcher », « montrer », « se cacher », afin d'indiquer leurs actions. Chaque personnage discute avec les autres, résout des énigmes, et peut être amené à combattre des monstres. Le premier MUD remonte à 1979. Voir également Jeu de rôles.

MUSH. Multi-User Shared Hallucination : hallucination partagée par plusieurs utilisateurs. Désigne un MUD dans lequel les utilisateurs ont des rapports sociaux, explorent l'environnement et construisent des édifices.

Paddle. Voir Joystick.

Plates-formes (jeu de). Ces jeux aux graphismes souvent enfantins amènent le joueur à traverser une série d'épreuves athlétiques (sauter, courir, etc.) pour évoluer au sein de plates-formes. Les séries *Mario* de Nintendo et *Sonic* de Sega sont des jeux de plates-formes typiques des premières consoles.

RPG. Rôle Playing Game : Jeu de rôles.

Shoot them up. Littéralement « tirer sur tout ce qui bouge ». Un jeu de tir dans lequel il faut abattre le maximum d'ennemis, généralement à partir d'un vaisseau spatial.

Simulateur. Un jeu simulant le pilotage d'un véhicule : avion, voiture de course, sous-marin...

Simulation. Le fait de « modéliser » et de reproduire le comportement d'un système sur un ordinateur.

Simulation sportive. Un jeu recréant sur l'écran l'environnement d'une compétition sportive : course de voiture, football, tennis-

Simulation urbaine. Dans ce type de jeu, le joueur veille au développement d'une communauté urbaine et à la résolution constante des problèmes posés par l'évolution de celle-ci. *Sim City* de Maxis est le best-seller du genre.

Spacewar. Le premier jeu vidéo jamais créé. Il a été développé en 1961 au Massachusetts Institute of Technology par un étudiant du nom de Steve Russell. Il était fondé sur une série de nouvelles de science-fiction de E.E. Smiths.

Sprite. Élément graphique — personnage, vaisseau, etc. — dont l'animation est indépendante du fond de l'écran.

Wargame. Désigne un jeu inspiré des simulations militaires sur table. Les wargames reconstituent des conflits passés ou fictifs.

ANNEXE 2

LE WHO'SWHO DES BÂTISSEURS DE RÊVES

Alper (Martin). Fondateur et président de Virgin Interactive Entertainment (VIE). En 1983, Alper avait créé Mastertronic, une compagnie produisant des jeux sur cassette pour les ordinateurs Commodore 64 et Sinclair Spectrum. Après avoir vendu Mastertronic à Richard Branson, président de Virgin, Alper est parti aux États-Unis établir le bureau américain de l'édition de jeux. Alper a fait de VIE l'un des deux grands éditeurs américains de jeux, notamment grâce au rachat de l'atelier de développement Westwood et à la production d'un best-seller sur CD-ROM qui a révolutionné le genre : *The Seventh Guest.*

Biondi (Frank). Président de Viacom, géant du câble qui possède le réseau MTV, les éditions Simon & Schuster et aussi, depuis juillet 1994, le groupe Paramount Communications. Viacom est présent dans le monde du jeu de manière directe avec Viacom Interactive Media, et indirecte : la compagnie possède Blockbuster qui, depuis 1994, détient 90 % de Virgin Interactive Entertainment.

Bonnell (Bruno). Président et fondateur d'Infogrames. La société, sise à Lyon, exporte plus de 60 % de sa production et, suite au rachat d'Océan en 1996, réalise un chiffre d'affaires de plus de 550 millions de francs. Parmi les best-sellers produits par Infogrames figurent *Les Schtroumpfs* (1,5 million d'exemplaires), *Astérix* (700 000), *Alone in The Dark* (600 000) et *International Tennis Open* (400 000).

Bouchon (Didier). Cofondateur de l'édition Le Comptoir des Planètes. En 1987, Bouchon a réalisé *L'Arche du Captain Blood,* un titre produit pour Ère Informatique/Infogrames qui a fait le tour du monde.

Braben (David). Fondateur et directeur de Frontier Developments. En 1982, David Braben a réalisé *Elite*, le premier jeu comportant des graphismes en trois dimensions. *Elite* a renouvelé un genre, jusqu'alors primaire, en mettant en scène une spectaculaire épopée, axée davantage sur la réflexion et la stratégie que sur la vitesse de tir.

Bushnell (Nolan). Fondateur d'Atari, Bushnell est l'homme qui a donné naissance à l'industrie des jeux vidéo. Il a inventé le premier jeu vidéo commercial, *Pong,* en 1972. Bushnell a créé Atari la même année en investissant 500 dollars et a revendu cette compagnie à Time Warner cinq ans plus tard pour la somme de 28 millions de dollars. Après avoir quitté Atari, il a fondé une chaîne de pizzerias. Fin 1995, Bushnell a ouvert un centre de loisirs à Sunnyvale en Californie.

Caen (Éric et Hervé). Fondateurs de Titus Interactive, une édition française créée en 1985, qui a produit une trentaine de jeux parmi lesquels *Prehistorik Mon* et *Un Indien dans la ville.* Titus Interactive s'est introduite sur le second marché fin 1996.

Castle (Louis). Cofondateur de Westwood Studios, l'un des studios de développement les plus réputés de la planète. Racheté par Virgin Interactive Entertainment en 1992, Westwood Studios produit plusieurs best-sellers : *Dune II, Lands & Lore,* et surtout *Command & Conquer,* l'un des plus gros succès de la saison 1995-1996 : un million d'exemplaires vendus.

Chahi (Éric). Auteur français de plusieurs jeux à succès tels que *Another World,* une création pour Amiga, Nintendo et Sega Megadrive, qui a fait le tour du monde et atteint la position numéro un dans des pays tels que le Japon (source Overseas Connection). Les spécialistes du genre ont découvert avec stupeur que l'auteur de l'œuvre l'avait concoctée seul dans son coin !

Cuisset (Paul). Auteur français affilié à l'édition Delphine depuis 1988. Parmi les jeux créés par Cuisset figurent *Flashback* et *Fade to Black,* deux titres qui ont pareillement connu un succès international.

Ellis (Jonathan) et **Hetherington** (Ian). Directeurs de Sony Interactive. Ellis et Hetherington ont fondé Psygnosis au milieu des années quatre-vingt. Le premier grand succès est survenu en 1991 lors de la sortie de *Lemmings,* qui s'est vendu à 4 millions d'exemplaires dans le monde. En 1993, Ellis et Hetherington ont vendu Psygnosis à Sony. En août 1995, Psygnosis a été rebaptisé Sony Interactive.

Fargo (Brian). Fondateur et président d'Interplay. Fargo a fondé Interplay en 1983 et produit son premier grand succès quatre ans plus tard *(Battlechess).* L'un des rares dirigeants d'une édition qui continue à écrire lui-même ses jeux, Fargo a vendu une part minoritaire d'Interplay à MCA/Universal en 1994. Au début de l'année 1995, il s'est porté acquéreur de Shiny Entertainment, l'atelier de développement créé par David Perry (auteur du jeu *Aladdin).*

Fishbach (Greg). Président d'Acclaim Entertainment. Fondée en 1987, la compagnie a longtemps été l'une des plus profitables du monde des jeux vidéo sur console, avec des hits tels que les *Simpsons, Terminator II, Mortal Kombat I* et 77 (plus de 10 millions d'exemplaires vendus) et *NBA Jam.* En 1995, Acclaim s'est rapproché de TCI (Tele Communications Inc.).

Fries (Ed). Responsable de la division des jeux chez Microsoft, depuis la fin de l'année 1996, époque à laquelle le géant du logiciel a décidé d'établir une présence forte dans ce domaine.

Garriott (Richard). Vice-président et directeur du développement chez Origin. Connu sous le nom de « Lord British », Garriott a publié son premier jeu, *Akalabeth,* en 1979. Il s'est ensuite attelé à l'écriture d'une série de jeux d'aventures entrée dans la légende: *Ultima.* Si le succès a été remarquable dans le monde entier, les ventes les plus importantes ont été effectuées au Japon, où *Ultima* a donné naissance à maints produits secondaires : dessins animés, bandes dessinées, nouvelles, chansons... Garriott a vendu Origin à Electronic Arts en 1992.

Gates (Bill). Président et fondateur de Microsoft, premier éditeur de logiciel mondial, Gates est l'homme le plus riche du monde. À l'occasion du lancement de Windows 95, Gates a clairement pris position dans le domaine du jeu, en favorisant la création par Microsoft d'outils de développement *ad hoc.* La compagnie a également signé la distribution d'un grand nombre de jeux, afin d'établir pleinement sa présence sur ce marché.

Gaume (Nicolas). Fondateur de l'édition Atreid Concept en 1990 à Bordeaux, créatrice de plusieurs succès internationaux tels *Al Unser Jr. Arcade Racing.* En octobre 1994, le groupe britannique Pearson est entré dans le capital de la société qui a été rebaptisée Mindscape Bordeaux.

Gordon (Bing). Vice-président d'Electronic Arts Studios. Bing Gordon a cofondé Electronic Arts en 1982 et a fortement contribué à faire de cette compagnie le numéro un mondial de l'édition de jeux.

Grajeda (Mike). Vice-président et directeur général d'Origin. Mike Grajeda a rejoint Electronic Arts en 1989 avant d'être transféré chez Origin en 1993.

Grassiano (Elliot). Fondateur de Microids, une édition française de jeux créée en 1984. Parmi ses succès figurent *Grand Prix 500c* (1986, 170 000 exemplaires vendus dans le monde), *Superski* (1988), *Genesia* (1993, 150 000 exemplaires diffusés).

Guillemot (Yves). L'un des cinq frères Guillemot, créateurs de la société Ubi-Soft, l'un des premiers éditeurs français dans le domaine du jeu et du multimédia. La société est présente dans une dizaine de pays par le biais de filiales. Ubi-Soft a longtemps eu comme activité principale l'adaptation de titres étrangers (notamment la gamme Lucas Arts) avant de mettre l'accent sur la production interne, avec plusieurs titres majeurs *(Kyeko, RayMan...).* La société a fait son entrée au second marché en juillet 1996.

Hawkins (Trip). Président de 3DO Company. Haw-

kins a fondé Electronic Arts en 1982 et fait de cette compagnie le numéro un mondial de l'édition de jeux. En 1991, il crée la société 3DO, désireux d'établir un nouveau standard en matière de consoles. Plate-forme ouverte à tous les développeurs sans la nécessité de licences d'exclusivité, la 3DO a été lancée en 1992, sans parvenir à s'imposer.

Herman (Frank). Directeur général de GT Interactive UK. Au début des années quatre-vingt, Frank Herman a assisté Martin Alper dans le développement d'une édition de jeux bon marché qui allait devenir Virgin Games. À partir de 1988, Herman gère avec efficacité le lancement européen de Sega depuis Virgin Games, allant jusqu'à devancer Nintendo dans la plupart des pays du Vieux Continent. En 1991, Herman prend la direction de Sega Europe qu'il quittera en 1995.

Hilleman (Rich). Vice-président du développement chez Electronic Arts (EA). Hilleman s'est imposé comme l'homme des simulations sportives chez EA avec des succès tels que *John Madden Football* (1991), apportant un niveau de réalisme jusqu'alors inconnu dans le genre.

Hochberg (Joël). Président de Rare, une société qu'il a cofondée avec Chris et Tim Stamper. Rare a produit une série de titres pour l'ordinateur Spectrum de Sinclair, puis pour la NES de Nintendo. Son titre majeur demeure *Donkey Kong Country* pour la Super NES : 6 millions d'exemplaires vendus.

Jarvis (Eugène). Directeur des jeux chez Williams. En 1980, Eugène Jarvis conçoit *Defender,* le premier jeu vidéo publié par Williams. À ce jour, le jeu a rapporté plus d'un milliard de dollars. *Cruis'n USA,* dont **il a** supervisé le développement, a été l'un des jeux de course automobile les plus populaires de l'année 1994.

Jermoluk (Tom). Président de Silicon Graphics Industries. Titulaire d'une maîtrise de sciences de l'université de Virginie, Jermoluk a rejoint Silicon Graphics en 1986. En 1992, il démarre le développement de la Reality Engine, un processeur graphique surpuissant. Au début de l'année suivante, un accord est signé avec Nintendo afin que la Reality Engine devienne le cœur de la console Nintendo 64 (sortie en juin 1996).

Kalinske (Tom). Président de Sega of America. Kalinske a rejoint Sega en 1990 avec pour mission de parvenir à battre Nintendo sur le sol américain. Il y est parvenu pendant une période limitée, grâce au lancement réussi de la Megadrive et au développement de jeux mettant en scène un concurrent de *Mario, Sonic le Hérisson.* Kalinske a quitté Sega en **1**996.

Kitizawa (Marty). Président de la SNK Corporation qui a lancé en 1990 la console Neo Geo, laquelle a séduit un public limité.

Kozuki (Kagemasa). Président de Konami. Fondée en 1973 au Japon, Konami a produit plusieurs des premiers succès de salles d'arcades, tels *Scramble* et *Frogger.* Les revenus de Konami ont atteint 1,5 milliard de francs en 1991, suite au remarquable succès de *Teenage Mutant Ninja Turtles,* un jeu pour la NES de Nintendo.

Kutaragi (Ken). Directeur de la recherche et développement chez Sony Computer Entertainment. Entré chez Sony au milieu des années soixante-dix, Kutaragi a eu pour mission de concevoir la console PlayStation de Sony.

Landeros (Bob) et **Devine** (Grame). Fondateurs de l'atelier de développement Trilobyte, qui a produit *The Seventh Guest,* le premier jeu sur CD-ROM mettant en scène des séquences animées en 3D. *The Seventh Guest* demeure l'un des plus grands succès sur CD-ROM avec 2 millions de copies vendues.

Le Diberder (Alain). Directeur des nouveaux programmes de Canal Plus, président de Canal Plus Multimédia et de C (chaîne cyber). Le Diberder entre au ministère de la Culture en 1989 comme conseiller de Jack Lang pour les nouvelles technologies. En 1993, il publie *Qui a peur des jeux vidéo ?* afin de tempérer les effets d'une campagne de presse rendant les jeux responsables de l'épilepsie.

Lincoln (Howard). Président du conseil d'administration de Nintendo of America. Avec Minoru Arakawa, président de la même compagnie, il a développé le mar-

ché d'une manière spectaculaire : plus d'un tiers des foyers américains possèdent aujourd'hui une machine Nintendo.

Louie (Gilman). Fondateur de Spectrum Holobyte. Célèbre pour ses simulateurs (elle a créé *Flight Simulator),* la compagnie a fusionné avec Microprose en 1995.

McGovern (Fergus). Directeur de Probe Software, l'une des plus grandes entités indépendantes de production de jeux (plus de quatre cent cinquante titres au cours des dix dernières années) pour le compte d'éditeurs tels que Virgin, Sega ou Acclaim.

Meier (Sid). Cofondateur de Microprose en 1982, Sid Meier est l'un des plus grands développeurs indépendants de jeux. Son titre le plus mythique demeure *Civilisation* (1991), lequel invitait l'utilisateur à bâtir son propre empire, et simulait le développement de celui-ci. Parmi ses autres succès figure *FI5 Strike Eagle* (1985), premier titre d'une série dont les ventes ont dépassé le million de dollars.

Mical (RJ.) et **Needle** (David). Vice-présidents de la 3DO Company. Durant leur carrière, Mical et Needle ont inventé trois machines : l'Amiga de Commodore, la console Lynx d'Atari et la console 3DO.

Miller (Rand et Robyn). Fondateurs de Cyan, l'édition qui a produit *Myst,* le plus grand succès sur CD-ROM. Publié en septembre 1993, *Myst* s'est immédiatement installé au sommet des ventes pour ne plus en bouger. À la fin de 1996, 3 millions d'exemplaires avaient été vendus. Rand et Robyn Miller ont passé deux ans à concevoir ce jeu partiellement inspiré par Jules Verne.

Miller (Scott). Président de l'édition de jeux Apogée Software. Créée en 1987 au Texas, la société a produit plusieurs succès tels que *Commander Keen, Castîe Wolfenstein* et *Rise of the Triad,* diffusés en *shareware* : l'utilisateur essaye librement le logiciel et ne le paye que s'il est satisfait.

Miyamoto (Shigeru). Directeur de la recherche et développement chez Nintendo et le développeur de jeux le plus célèbre de toute l'histoire du jeu vidéo. Les aventures de *Mario* se sont vendues à plus de 115 millions d'exemplaires dans le monde. Miyamoto a rejoint Nintendo en 1977 et a conçu son premier jeu, *Donkey Kong* (1980), pour les salles de loisirs. En 1984, à l'occasion de la sortie de la première console de jeu de Nintendo, la NES, il a mis en scène un plombier moustachu. *Mario* a porté la NES aux nues et l'a établie comme la console la plus vendue au monde. L'autre personnage qu'il a créé, *Zelda,* a également connu un succès extraordinaire. Le jeu *Super Mario 64* qu'il a réalisé pour la console haut de gamme Nintendo 64 (sortie en juin 1996 au Japon) a montré qu'il était capable de tirer parti des nouvelles technologies.

Molyneux (Peter). Fondateur et directeur de Bullfrog Productions. La société, créée en Angleterre en 1987, a conçu un grand nombre de titres à succès, tous édités par Electronic Arts : *Populous, Theme Park, Magic Carpet, Syndicate...* En 1995, Electronic Arts a racheté Bullfrog pour 200 millions de francs.

Nakamura (Masaya). Président et fondateur de Namco. La société, fondée en 1955 et sise à Tokyo, est entrée dans le jeu vidéo dans les années soixante-dix : elle a créé le légendaire *Pac Mon.*

Nakayama (Hayao). Président de Sega Japon. Recruté en 1979 par l'Américain David Rosen, il a été l'artisan principal de la montée en puissance de Sega en tant que fournisseur de jeux d'arcades puis de consoles pour la maison.

Olafsson (Olaf). Président de Sony Interactive Entertainment, Olaf Olafsson dirige toutes les activités de développement de la PlayStation et des logiciels Sony. Il a supervisé l'acquisition de l'édition de jeux Psygnosis et le lancement américain de la PlayStation.

Oskian (Roland). Fondateur de Cocktel, une édition française de jeux et titres multimédias qui a vendu 1,5 million d'exemplaires du logiciel ludo-éducatif *ADL* Cocktel a fusionné avec l'américain Sierra au début des années quatre-vingt-dix. Roland Oskian a démissionné de Cocktel au début de l'été 1996.

Pajitnov (Alexei). Concepteur de jeux. Au milieu des années quatre-vingt, le fonctionnaire russe Pajitnov crée

Tetris, un jeu qui va rapidement acquérir une énorme popularité à Moscou, puis dans le monde occidental et devenir le titre le plus populaire de la console portative Game Boy de Nintendo. Pajitnov vit désormais à Seattle et a été embauché par Microsoft en septembre 1996.

Perry (David). Président de Shiny Entertainment. Après la création de quelques jeux à succès, dont *Aladdin* pour Virgin, Perry a décroché le jackpot : 2 millions d'exemplaires ont été vendus dans le monde. Il a alors fondé sa société de développement, Shiny Entertainment, dont il a vendu les parts à Interplay.

Probst (Larry). Président d'Electronic Arts (EA) depuis 1991, date à laquelle Trip Hawkins, le fondateur de la première édition de jeux mondiale, a démissionné pour fonder la 3DO Company. Probst avait rejoint EA en 1984 en tant que vice-président des ventes et de la distribution.

Raynal (Frédéric). Auteur français de jeux et fondateur d'Adeline Software. Embauché par Infogrames en 1989, Frédéric Raynal y a réalisé un succès mondial : *Alone in the Dark* (400 000 exemplaires vendus). Paul de Senne ville, directeur de Delphine, l'a embauché afin qu'il fonde sa propre édition. Adeline Software a alors développé l'un des plus beaux jeux jamais apparus *{Little Big Adventure).*

Roberts (Chris). Vice-président d'Origin jusqu'en juin 1996. Chris Roberts a rejoint Origin en 1987 et a orchestré la transition de la compagnie vers des équipes spécialisées de programmeurs, d'artistes, d'écrivains et de musiciens. Le premier projet dont il a eu la charge chez Origin, *Times of Lore,* a atteint la première position du hit-parade américain (1988). Il a ensuite pris la responsabilité de la série *Wing Commander.* Depuis l'apparition du premier épisode en 1989, 3 millions d'exemplaires ont été vendus. La production de *Wing Commander IV,* publié en février 1996, a coûté 60 millions de francs.

Rocques (Louis-Marie). Président de Silmaris, une édition française spécialisée dans les jeux d'aventure.

Romero (John). Cofondateur d'id Software et concepteur de jeux. La publication de *Doom* en 1993 et sa diffusion en *shareware* (libre essai avant achat) ont fait l'objet d'un raz de marée. Le successeur, *Quake,* publié en août 1996 a connu un engouement similaire.

Schafer (Tim). Chef de projets chez LucasArts. Responsable d'un grand nombre de jeux à succès : *Day of the Tentacle, Secret of Monkey Island* (I & II) et *Full Throttle.*

Senneville (Paul de). Fondateur de Delphine Software International, une édition parisienne de jeux. Producteur musical et compositeur, Senneville s'est lancé dans le jeu informatique en 1988 et a déniché plusieurs auteurs de talent: Paul Cuisset, Éric Chahi, Frédéric Raynal, tous auteurs de succès mondiaux, respectivement, *Flashback, Another World* et *Little Big Adventure.*

Stamper (Tim et Chris). Fondateurs et directeurs de Rare. Les frères Stamper sont entrés dans le jeu vidéo au début des années quatre-vingt. Rare a produit une centaine de titres pour la NES et la Super NES, parmi lesquels *Donkey Kong Country* (1994) qui a connu le décollage le plus rapide de tous les temps — plus de 2 millions d'unités en cinq semaines sur le seul territoire américain.

Stealey (J.W.). Président d'Interactive Magic. Anciennement cofondateur, avec Sid Meier, de MicroProse. Le premier titre produit par Interactive Magic, *Apache,* s'est vendu à plusieurs centaines de milliers d'exemplaires.

Suzuki (Yu). Directeur de la recherche et développement de la division amusement de Sega Japon. L'équipe AM2 que dirige Yu Suzuki a produit certains des meilleurs jeux d'arcades, de *Hang On* (1985) à *Virtua Fighter* (1993) et *Virtua Cop* (1994). Considéré comme une star du rock au Japon, Yu Suzuki a produit un nombre impressionnant de best-sellers.

Tokunaka (Teruhisa). Président de Sony Computer Entertainment (Japon). À ce titre, Tokunaka a supervisé le lancement de la PlayStation aux États-Unis et en Europe.

Tramiel (Sam et Jack). Président d'Atari Corp. Jack

Tramiel a racheté Atari au groupe Time Warner en 1984, à une époque où l'industrie du jeu vidéo connaissait un marasme historique. Il a diversifié la compagnie vers la production d'un ordinateur 16 bits bon marché, le ST, qui a connu un succès remarquable en Europe. Au début des années quatre-vingt-dix, son fils Sam a pris les rênes de la compagnie, laquelle a tenté un retour sur le marché des consoles avec la Jaguar, un appareil 64 bits qui n'a pas rencontré le succès escompté.

Ulrich (Philippe). Directeur artistique et fondateur de Cryo. Au début des années quatre-vingt, Ulrich crée Ère Informatique et publie deux jeux, *Captain Blood* et *Macadam Bumper,* qui font le tour du monde. En 1991, sa nouvelle société, Cryo, développe *Dune* pour le compte de Virgin Interactive. *Dune* est un succès international avec plus de 300 000 exemplaires vendus. D'autres perles ont suivi, tels *Commander Blood* et *Megarace II.*

Williams (Roberta). Cofondatrice de Sierra On Line et conceptrice de jeux. Roberta et son mari Ken Williams ont fondé Sierra en 1980 et publié la même année *Mystery House,* un des premiers jeux sur ordinateur combinant texte et graphisme. En 1984, Roberta Williams a conçu *King Quest I : Quest for the Crown,* immédiatement reconnu comme l'un des jeux d'aventure les plus novateurs en matière de graphisme 3D. Six autres jeux de la même série ont été produits, et l'ensemble s'est vendu à plus de 3 millions d'exemplaires. En 1995, Roberta Williams a produit l'un des plus gros succès sur CD-ROM, *Phantasmagoria.*

Wright (Will). Créateur de *Sim City* chez Maxis. Ingénieur dont le passe-temps consistait à inventer des robots, Will Wright a conçu en 1988 un jeu de simulation urbaine *Sim City,* qui est devenu l'un des jeux les plus diffusés à ce jour : plus de 6 millions d'exemplaires.

Yamauchi (Hiroshi). Président de Nintendo (Japon) depuis 1949. C'est sous sa supervision que la société japonaise qui fabriquait des cartes à jouer s'est transformée en un géant du jeu vidéo, vendant plus de 150 millions de consoles dans le monde.

Yasuhara (Hirokazu). Concepteur de jeux au Sega Technical Institute (Californie). En 1990, Yasuhara décide de créer pour Sega un jeu qui puisse rivaliser avec *Mario* de Nintendo. Il invente alors le personnage de *Sonic le Hérisson,* qui va devenir la mascotte de Sega et accompagner la percée de la console 16 bits Megadrive. En 1993, une enquête de popularité menée aux USA a montré que *Sonic* était plus apprécié encore que *Mario* et *Mickey.*

Yokoi (Gumpei) et **Uemara** (Masayuki). Responsables de la recherche et développement chez Nintendo, Japon. L'équipe de Yokoi a créé la Game Boy et plus récemment la Virtual Boy tandis que celle d'Uemara a développé la NES et la Super NES.

REMERCIEMENTS

L'auteur tient à remercier les personnes qui suivent pour leurs contributions directes ou indirectes à l'obtention de la matière de ce livre :

Martin Alper, Virgin Interactive Entertainment. Elizabeth Ashford, Sony. Yael Barroz, Adeline. Simi Belo, Maxis UK. Dan Blackstone, Electronic Arts. Bruno Bonnel, Infogrames. Dany Boolauk, Virgin. Didier Bouchon, Le Comptoir des Planètes. Thierry Braille, Mlrgin Interactive France. Louis Castle, Westwood. Didier Chanfrey, Adeline. Hubert Châdot, Infogrames. Rafaël Colantonio, Electronic Arts. Karine Dognin, Electronic Arts France. Emmanuel Drouin, GT Interactive. Sophie Duret, Cryo. Corinne Faure, Infogrames. Ed Fries, Microsoft. Denis Friedman. Yann Garret, SVM. Richard Garriott, Origin. Nicolas Gaume, Mindscape Bordeaux. Christèle Gésier, Infogrames. Elliot et Olivier Grassiano, Microids Phil Harrison, Sony Computer Entertainment. Frank Herman, GT Interactive. Rémi Herbulot, Cryo. Sylvain Huet, Cryo. Denis Huré, Interplay. Anne Sophie Japiot, Natkin Presse. James Kaye, 3DO. Chris Knight, Maxis UK. Valène Laforêt, Cocktel-Sierra. Rob Landeros, Trilobyte. Patrick Lavanant, Nintendo France. Jean Martial Lefranc, Cryo. Jane Le Fevre, Trilobyte. Catherine Louvier, Infogrames. Jim Mackonochie, Mindscape. Willy Marrecau, Ecudis. Marc Maslowicz, Sega Europe. Benoît de Maulmin, Infogrames. Dana Miller, Trilobyte.

Rand Miller, Cyan. Robyn Miller, Cyan. Shigeru Miyamoto, Nintendo. Roland Oskian. Alexei Pajitnov, Tetris Co. Line Pastaleniec, Canal Plus. Stéphanie Petit, Sega France. Victor Pérez. Romain Poirot. Frédéric Raynal, Adeline. Chris Roberts, Digital An vil. Laurent Salmeron, Adeline. Paul de Senneville, Delphine. David Sheff. Bonnie Staub, Cyan. Galen Svanas, Brainstorm Communications. David Swofford, Origin. Loïc Tanguy, Virgin Interactive France. David Tenné. Philippe Ulrich, Cryo. Emmanuel Viau, Cocktel Sierra. Peter Walker, Atari UK. Jay Wilbur, id Software. Samantha Woods, Virgin Interactive France. Will Wright, Maxis. Virginie Zerah, Nintendo et la rédaction du magazine *Edge*.

Achevé d'imprimer en septembre 1998
sur les presses de l'Imprimerie Bussiere
à Saint-Amand (Cher)